

9.000 copie certificate da ANES

del Turismo il Giornale magazine

FIERE

Bmt 2012

Aprire la piazza degli affari

PRIMO PIANO

Astoi

Adeguare Fondo di Garanzia

Stefano Brunetti presenta il catalogo Mare

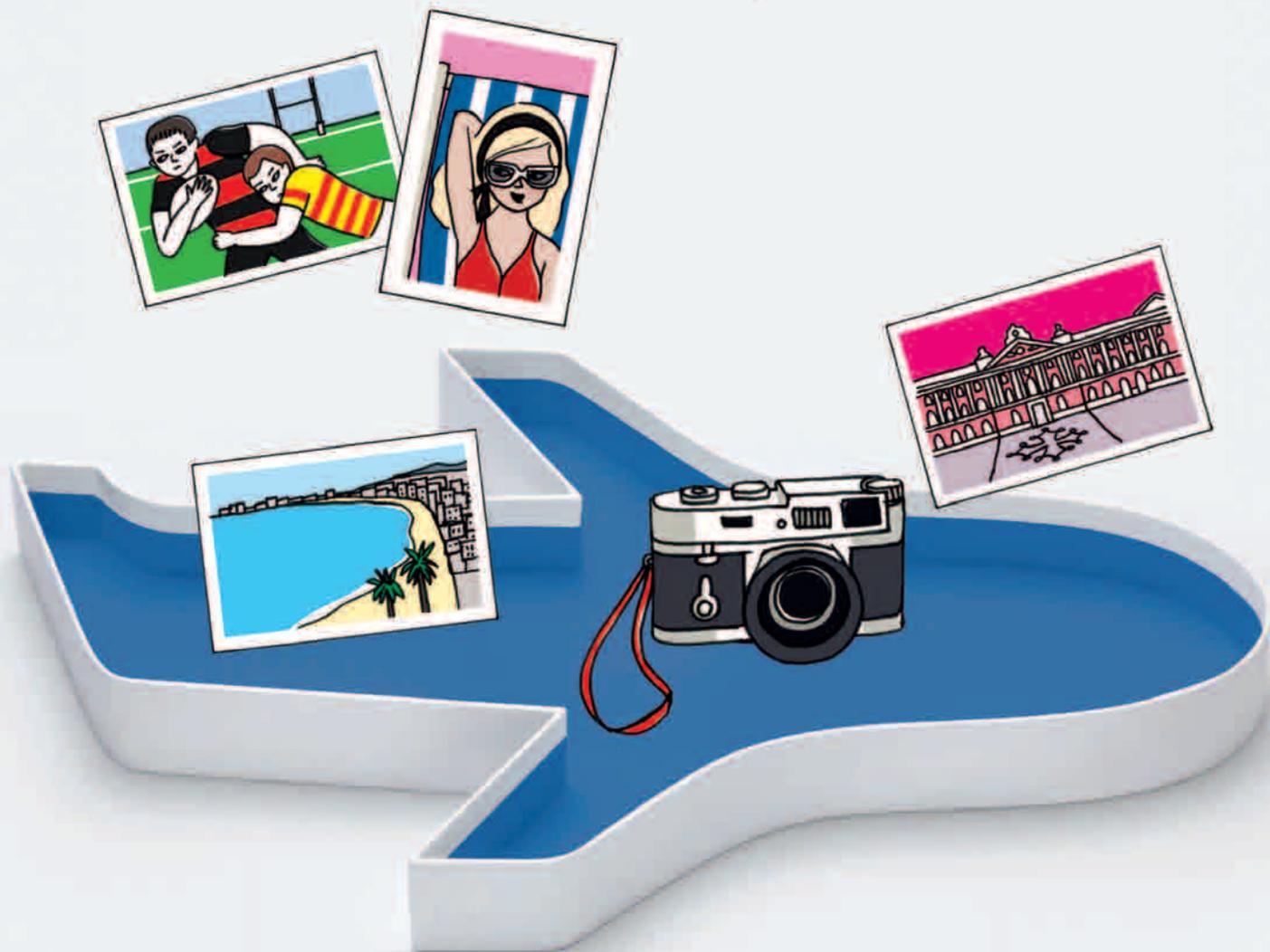


futura Vacanze

Poste Italiane S.p.A. - Spedizione in abbonamento postale - D.L. 353/2003 (conv. in L. 27/02/2004 n. 46) art. 1, comma 1, Aut. 023/CBPA-SUD/SA
Il Giornale del Turismo - anno VIII - numero 01-02 del 23 Febbraio 2012 - € 1,50. Richiesta abbonamento: redazione@ilgiornaledelturismo.com

Nuove destinazioni dirette

by **AIRFRANCE** 



MARSIGLIA,
NIZZA, TOLOSA da **45€** sola andata
TUTTO INCLUSO*

dal 1° aprile 2012.

airfrance.it

AIRFRANCE KLM

Marsiglia: in partenza da Milano Malpensa, Roma e Venezia. **Nizza:** in partenza da Napoli e Venezia. **Tolosa:** in partenza da Milano Malpensa, Roma, Napoli e Venezia.

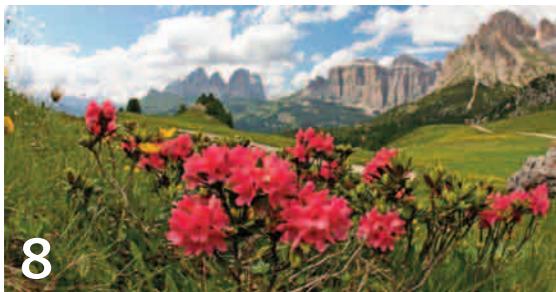
* Tariffe comprensive di tasse e supplementi (validi al momento della pubblicazione), servizio di vendita escluso.

Tariffa A/R a partire da 95€. Maggiori informazioni su programma voli e tariffe: airfrance.it - call center 892 057 - agenzia viaggi.

in partnership con



Sommario



- 8** **Editoriale**
7 Più web e costi ridotti: il futuro è così, se vi pare... Angelo De Negri
In copertina
8 Futura Vacanze battezza la stagione estiva 2012 Valentina Maresca
Fiere
14 BMT 2012: apre la piazza degli affari Antonio del Piano
15 Noi ci crediamo da sempre
Enti del Turismo
18 Repubblica Dominicana e il lusso: in resort a Cap Cana e Puerto Plata
Primo piano
20 Astoi e il Fondo di Garanzia: chiesto l'adeguamento
22 Costa Crociere pensa al rilancio e si affida a McKinsey&Company AdP
28 News dal turismo
Tour Operator
24 I primi venti anni di magia per Disneyland® Paris
30 Viaggi dell'Airone punta sul web ed implementa la propria offerta Valentina Maresca
32 L'idea mediterranea di Eden Valentina Maresca
34 Toh, guarda chi si rivede! Jalel Hebara torna in campo AdP
34 Sfida di Viaggi del Mappamondo a concorrenza web e fai da te
36 La crociera non conosce paura, RCCL al top delle preferenze Giulia Gorgazzi
38 Prenotazione sempre più facile per le crociere Royal Caribbean GG
38 MSC Crociere: attesa per Divina. Nel 2013 arriverà anche Preziosa
39 Valtur avanti con fiducia
Trasporti
40 Armavia, voli diretti dall'Italia
41 Air Canada investe sull'Italia
42 Alla scoperta del sud della Francia con i nuovi voli diretti di Air France
44 Blue Panorama aumenta le rotte
46 Grimaldi Lines non cambia strada, contro la crisi l'arma del pricing
48 Al via la sfida dell'Alta Velocità. Dopo Pasqua parte Italo di NTV
Servizi
49 AXA Assistance cambia regole per l'annullamento viaggi Antonio del Piano
Tecnologia
50 Datagest: è crescita continua

Armavia
Արմավիա

Edograt Intl Group
Tel 064381022
armenia@edograt.com



voli DIRETTI da ROMA,
MILANO e VENEZIA per

ARMENIA

tariffa AvR de
€ 300
chiavi in mano

AVVICINAMENTI DA TUTTA ITALIA

ORARI COMODISSIMI

ROMA (FCO) - YEREVAN (EVN)

operativa	partenza	arriva	volo
MA	12.45	18.20	DIRETTO

YEREVAN (EVN) - ROMA (FCO)

operativa	partenza	arriva	volo
MA	09.30	11.35	DIRETTO

VENEZIA (VCE) - YEREVAN (EVN)

operativa	partenza	arriva	volo
SA	16.00	22.40	DIRETTO

YEREVAN (EVN) - VENEZIA (VCE)

operativa	partenza	arriva	volo
SA	12.50	14.50	DIRETTO

MILANO (MXP) - YEREVAN (EVN)

operativa	partenza	arriva	volo
GI	10.35	16.35	DIRETTO

YEREVAN (EVN) - MILANO (MXP)

operativa	partenza	arriva	volo
GI	07.05	09.35	DIRETTO

orari indicativi soggetti a possibile variazione

CINA



Oltre 20 anni di esperienza 18 itinerari e 40 località, 240 partenze. Alberghi di 1a superiore e lusso. Partenze di gruppo e individuali. Guide e accompagnatori italiani.

CHINASIA
TOUR OPERATOR

INFORMAZIONI E PRENOTAZIONI:
00144 Roma - P.le Asia, 21
Tel. 06/59601.499 r.a.
Fax 06/59601.565
E-mail: info@chinasia.it
www.chinasia.it

hmf Borsa Mediterranea del Turismo di Napoli

Padiglione 5
Stand 5033



In collaborazione con
Ufficio Nazionale
del Turismo Cinese



PORTALE AGENTI

SEMPLICE, VELOCE, TUO



EDEN[®]
VIAGGI
ESPERTI IN EMOZIONI

PARLIAMO? SCOPRI IL FORUM DEL PORTALE AGENTI EDEN VIAGGI



Il Portale Agenti Eden Viaggi si arricchisce di un'altra novità. Dal **20 febbraio 2012**, all'interno della sezione Servizi, potete trovare il **Forum del Portale Agenti**.

Il Forum nasce per essere un luogo aperto di conversazione e confronto tra gli agenti di viaggio insieme a Eden Viaggi, su tutti gli argomenti che caratterizzano il vostro e nostro mestiere.

Il Forum serve a voi per confrontarvi con altri colleghi che vivono ogni giorno dubbi e soddisfazioni del vostro lavoro, e a noi per comprendere con maggiore efficacia le vostre opinioni, le vostre idee, le vostre necessità professionali.

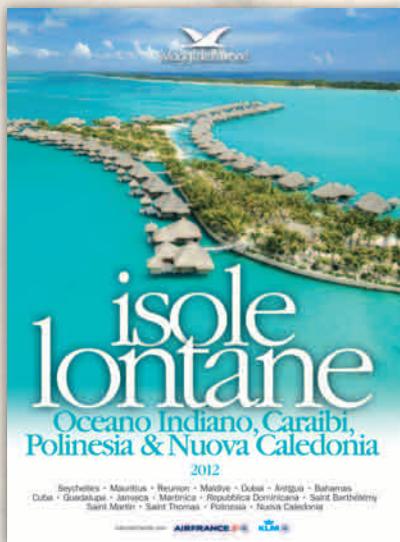
Nel Forum potete trovare una serie di proposte di argomenti su cui cominciare a discutere, in totale trasparenza e franchezza. Il nostro desiderio è che al più presto le proposte per nuovi argomenti arrivino direttamente da voi.

Venite a trovarci alla Borsa Mediterranea del Turismo. **Vi aspettiamo allo stand 6007/6008/6009, Padiglione 6.**

agenti.edenviaggi.it



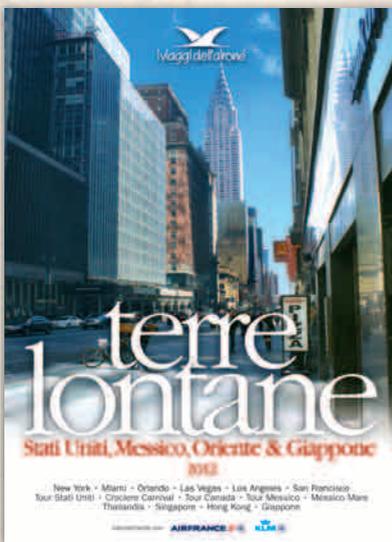
presenta
la Programmazione 2012



isole lontane
 Oceano Indiano, Caraibi,
 Polinesia & Nuova Caledonia
 2012

Beychelles • Mauritius • Reunion • Mayotte • Dubai - Antigua • Bahamas
 Cuba • Guadalupa • Jamaica • Martinica • Repubblica Dominicana • Saint Barthelemy
 Saint Martin • Saint Thomas • Polinesia • Nuova Caledonia

AIRFRANCE KLM



terre lontane
 Stati Uniti, Messico, Oriente & Giappone
 2012

New York • Miami • Orlando • Las Vegas • Los Angeles • San Francisco
 tour Stati Uniti • Giappone Carnival • Seul • Canada • Isla Musco • Mexico Mare
 Thailandia • Singapore • Hong Kong • Giappone

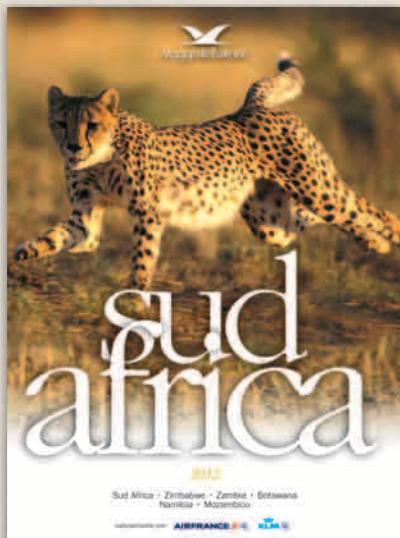
AIRFRANCE KLM



australia
 nuova zelanda & isole fiji
 2012

Sydney • Melbourne • Auckland • Rangiroa Island • Ayers Rock • Aitutaki
 Kinga Canaan • Danville • Rotorua • Cairns • Port Douglas • Grande Barriera Corallina
 Perth • Auckland • Nuova Zelanda • Maui • Mamanuca Islands

AIRFRANCE KLM



sud africa
 2012

Sud Africa • Zimbabwe • Zambia • Botswana
 Namibia • Mozambico

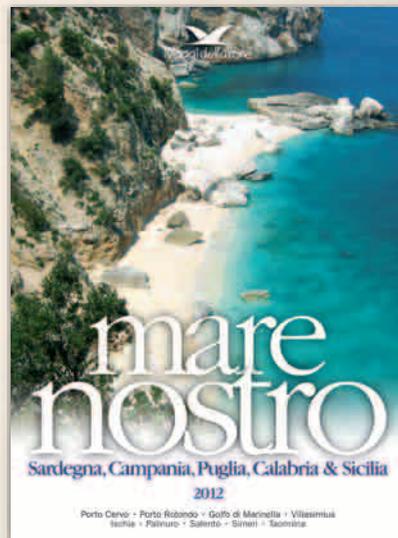
AIRFRANCE KLM



turchia
 Istanbul, Bodrum & Antalya
 2012

Istanbul • Tuzluca • Capricci In Cilicia/
 Bodrum • Antalya • Fethiye • Cetine

Alitalia



mare nostro
 Sardegna, Campania, Puglia, Calabria & Sicilia
 2012

Porto Cervo • Porto Rotondo • Golfo di Macinella • Villasimius
 Ischia • Paternò • Salsotto • Sirani • Taormina

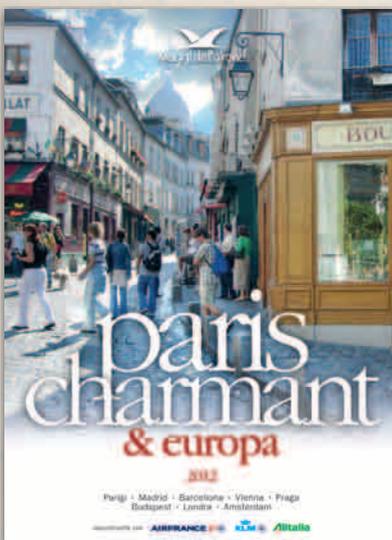
AIRFRANCE KLM



mondo incantato
 estate 2012

Disney

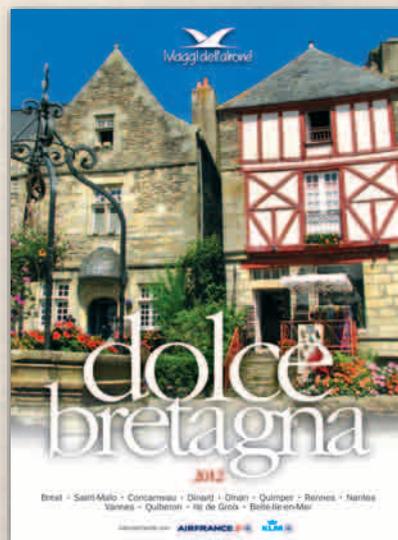
AIRFRANCE KLM



paris charmant & europa
 2012

Parigi • Madrid • Barcellona • Vienna • Praga
 Budapesta • Londra • Amsterdam

AIRFRANCE KLM Alitalia



dolce bretagna
 2012

Brest • Saint-Malo • Concarneau • Dinard • Orlan • Quimper • Rennes • Nantes
 Nantes • Quimper • Ile de Groix • Belle-Ile-en-Mer

AIRFRANCE KLM

Booking: Napoli 081 412020 - Roma 06 5424881 - Milano 800 272188 - preventivi@iviaggidellairone.com

www.iviaggidellairone.com



Più web e costi ridotti: il futuro è così, se vi pare...

Con questa crisi così opprimente cerchiamo di non andare alla deriva... interveniamo con coraggio uscendo dagli schemi vecchi e superati fornendo controllo, innovazione e tecnologia alle nostre Aziende. È una regola elementare che quando i ricavi scendono, bisogna intervenire drasticamente sui costi... e cambiare alcune metodologie... Come? Prima parliamo di come tagliare alcuni costi oggi inutilmente fissi del tour operating. Stampare o non stampare i cataloghi? Per quanto ne so io, dopo 37 anni di attività e con l'avvento del web, se prima si stampavano decine di migliaia di depliant oggi bisogna stamparne qualche migliaio per allestire un book come copia banco e istruire l'agente sul fatto che quando il cliente chiede foto o programmi, può scaricarli dal computer... magari con una stampante a colori. Pensate alla riduzione dei costi di stampa e di distribuzione... Ma lo dovremmo fare tutti, concertando che non siamo più disponibili a vedere, specialmente in questi periodi, pile di pacchi di depliant fuori alle Agenzie, senza neanche spaccettarli, in attesa di essere prelevati da una società di raccolta di carta del Municipio a conferma che oggi il catalogo non viene consegnato al cliente e non viene consultato neanche dall'Agente. Dovremmo essere tutti d'accordo però, per una questione di uniformità di comportamento e di dimostrazione della nostra convinzione che il cartaceo non è mai servito molto, neanche a convincere il cliente finale a comprare un viaggio, nè all'agenzia che preferisce sempre telefonare per sapere il prezzo finale... È evidente che l'agenzia si affida magari all'offerta mail ma il prezzario del catalogo non viene mai consultato nè dal cliente nè dall'Agenzia. Ora parliamo dell'insopportabile costo del personale... posso affermare che se... *sfilate* dai vostri booking un 20 per cento del personale assunto per prevenire quel maggior lavoro di una volta, otterrete più qualificazione e maggiore resa... ovviamente se non ci sono contratti a termine e l'azienda ha più di 15 dipendenti la cosa diventa più complicata... ma non impossibile con qualche escamotage che, cari colleghi, dobbiamo escogitare a tutti i costi. Per poter superare questa fase di crisi opprimente... anche a costo di qualche contenzioso, vale più la pena di tagliare qualche *pecora zoppa* subito anziché continuare a pagarle lo stipendio con i mesi che corrono veloci. Nei momenti di *vacche grasse* non ci facciamo tanto caso ma in questi momenti bisogna vigilare attentamente. Mai sopprimere però personale qualificato e fidelizzato e mai sopprimere la pubblicità sul cartaceo e sul web e la presenza alle fiere. Chi segue quei pochi rumori che sostengono che le fiere sono inutili e che all'ultima fiera non hanno avuto visite, è destinato a soccombere... vuol dire che non è capace di creare interesse al suo stand, non sa creare attività commerciali nel proprio stand e quindi neanche interesse al proprio prodotto. Una fiera porta a casa professionalità, momenti di confronto, conoscenza della concorrenza, business etc. Così facendo si risparmiano bei soldini a vantaggio del calo di fatturato causato da questa crisi che oggi colpisce qualsiasi azienda... e noi abbiamo il dovere di difenderci a qualsiasi costo. Parliamo ora delle Agenzie di Viaggio... se non si trasformano pure loro, soccomberanno in malo modo. Aspettare oggi il cliente che viene in Agenzia a spendere, è solo utopia... ed è una mosca bianca. Bisogna lavorare con una mailing list qualificata e non basta e quindi bisogna allargare il business alla vecchia maniera e cioè non trascurare il core business e affiancarlo con la ricerca di clienti che fanno biglietteria e allargare il proprio raggio di azione all'incoming... Ogni angolo d'Italia ha delle attrattive turistiche e quindi non è difficile affiancare l'outgoing. Le Agenzie di viaggio in passato erano solo incoming!!! L'ideale è affidarsi ad un buon Network per avere un CRS a disposizione per la biglietteria, dei contratti centralizzati e fidelizzati... Per poter giustificare l'impresa bisogna fatturare, per una piccola realtà, almeno un milione e mezzo o due di euro e noi che siamo del mestiere sappiamo che sono poche in Italia le Agenzie che hanno un fatturato simile. Quindi bisogna mirare a far restare sul mercato soltanto quelle agenzie con questi fatturati per salvaguardare anche gli interessi di noi Tour Operator. L'obiettivo deve essere quello di arrivare ad avere in Italia un numero di agenzie pari a quello delle altre nazioni Europee la cui media non supera le 5000/6000 Agenzie di viaggio. Sono solo mie considerazioni, suggerimenti e certezze dettate dalla militanza nel settore di 37 anni di attività.

Angelo De Negri

Settemari

GRECIA



estate2uemila12



Tel. 011.2338833 - www.settemari.it

Stati Uniti

aprile 2012 - marzo 2013



- Tour in Italiano
- Tour multilingue
- Itinerari Self Drive
- Città
- Esteriori Caraibi e Messico



Tel. 011.2338950 - www.amoloriente.it

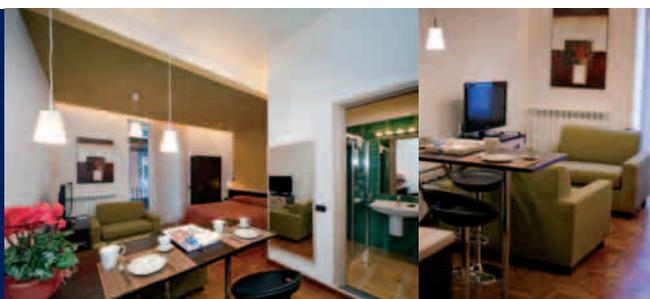
napolichiaia

Bed & Breakfast Chiaia 32



Via Chiaia, 32 - Napoli
Tel. 081.0607823 - info@bbchiaia32.com

www.bbchiaia32.com



Nel cuore di Napoli c'è una nuova gemma dell'ospitalità. È il **B&B Napoli Chiaia 32** ricavato all'interno di un ottocentesco Palazzo Napoletano. Sette camere con servizi, fornite di aria condizionata, TV, cassaforte, frigobar, telefono, etc. Alcune con angolo cottura ed affaccio su Via Chiaia.



Futura Vacanze battezza la stagione estiva 2012

Anche quest'anno Futura Vacanze riconferma la sua fiducia nella BMT che apre fieristicamente la bella stagione 2012, inaugurata dall'operatore con il nuovo catalogo 'Mare Italia'. Le pagine del volume sono 467, contenenti 420 strutture ricettive e 210 località balneari, con una distribuzione su scala nazionale di 300.000 copie. "La Borsa Mediterranea del Turismo è un appuntamento imprescindibile, un momento irrinunciabile di incontro che coinvolge tutti gli addetti ai lavori, pensato su misura per le loro esigenze. Cade inoltre in un periodo strategico dell'anno per presentare le novità estive – dice Angela Saran, Direttore Operativo di Futura Vacanze – Per ciò che ci riguarda, ci presentiamo con l'edizione 2012 del catalogo 'Mare Italia', cui quest'anno affianchiamo la novità 'Mare Collection', una brochure che raccoglie l'offerta relativa alle strutture 'Futura Vacanze Special'. È un ulteriore strumento che inviamo alle agenzie, pensato per dar loro la possibilità di individuare con facilità e rapidità un segmento importante delle nostre proposte". Naturalmente il Mare Italia non è un prodotto isolato, dato che Futura sarà alla BMT anche con il resto della sua programmazione: Montagna & Laghi, Egitto, Benessere e Natura. Per quanto attiene al catalogo Neve,

l'operatore archivia una stagione non facile. "Abbiamo registrato una flessione del 10%. Le ragioni sono composite. Il prodotto, per la sua impostazione, entra in una fascia di prezzo medio-alta e la stagione non ha avuto un andamento meteorologicamente favorevole. Nelle aree più apprezzate dal pubblico c'è stata una carenza di neve fortemente penalizzante. Emerge tuttavia anche un dato positivo: i buoni numeri prodotti dalla formula Ski Inclusive che continua a riscuotere i favori dei clienti", commenta Stefano Brunetti,

Il tour operator traccia il quadro per il nuovo anno e si presenta alla BMT con una ricca offerta che comprende nuove strutture nel catalogo Mare Italia



Amministratore Unico del tour operator. Osservando i risultati di una meta come l'Egitto, che in generale ha fatto registrare un andamento a ritmi alterni, si osserva che "ha avuto un eccellente riscontro di vendite a Capodanno, seguito da una flessione preoccupante e, finalmente, da una ripresa nelle ultime settimane", informa Fabio Schiavo, Direttore Commerciale di Futura Vacanze. Il Mare Italia, che rappresenta la parte più importante del fatturato, si conferma dunque il core business dell'operatore, seguito da Neve, Egitto, Benessere & Natura e Montagna Estiva.



In copertina

Le novità del Mare Italia

Sono numerose le new entry nel catalogo più corposo di Futura Vacanze e come da tradizione l'operatore le ha differenziate per area e tipologia, dedicando una particolare attenzione al lavoro di selezione delle proposte che riguardano i marchi Futura Vacanze Speciale e Futura Vacanze Super. Si segnalano l'Hotel Parco Torre Chia e il Colonna Village du Golf, in Sardegna; il Family Hotel Club Le Conchiglie, a Riccione (meta che è per la prima volta tra i Futura Vacanze Speciale); il Nyce Club Sunbeach Resort, in Calabria e il Barone di Mare Beach Resort, in Puglia. Angela Saran commentando le nuove scelte ne delinea i tratti di maggiore rilievo: "L'Hotel Parco Torre Chia fa parte della categoria FV Special Prestige, che si caratterizza per la ricercatezza dei dettagli e l'attenzione allo charme. Lo proponiamo con quote a camera in pensione completa. L'Hotel Club Le Conchiglie rientra nei Futura Vacanze Special Family, selezionate con un occhio di riguardo per i nuclei familiari e dotate di servizi specifici di animazione per adulti e bambini. Questa struttura dispone di 150 camere molto ampie con una capienza che varia da 2 a 5 persone. Per la ca-



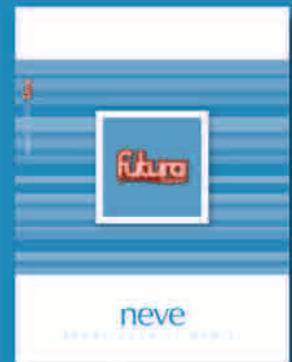
tegoria FV 099 proponiamo il Nyce Club Sunbeach Resort e il Colonna Village du Golf. Il primo, nel Golfo di Squillace, ha 232 camere e viene offerto con il trattamento All Inclusive. Il secondo è ubicato a Porto Rotondo, nell'aera della baia naturale del Golfo di Cugnana, a pochi minuti dalle spiagge più belle della Costa Smeralda. Last but not least – conclude Saran – il Barone di Mare Beach Resort di Torre dell'Orso che è stato inserito tra i Futura Vacanze Sprint, soluzioni contraddistinte dalla varietà delle attività di animazione e da un'atmosfera particolarmente vivace. Il resort si compone di una serie di unità residenziali a schiera su due livelli, collegate ai servizi comuni da comodi viali pedonali e ciclabili. Tre le formule proposte: Hotel, Residence e Aparthotel". I nuovi impegni sono la testimonianza più tangibile degli importanti investimenti messi in atto da Futura in modo continuativo anche in un momento di forte contrazione economica. I passi intrapresi attestano l'attenzione riservata al livello del prodotto, scelto per arrivare a offrire un ottimo rapporto qualità/prezzo, leva sulla quale l'operatore ha deciso di puntare per soddisfare il cliente finale e garantire validi strumenti di vendita alla rete di agenzie partner.

Una stagione ricca di offerte

Anche quest'anno Futura Vacanze rafforza e rilancia le proprie offerte che vedono protagoniste le formule Nice e First Price. "Siamo stati i primi a parlare di Nice Price", rivendica Schiavo che ribadisce la differenza con il First Price. Mentre con quest'ultimo, infatti, lo sconto sulla quota ufficiale è fino al 50% per un'offerta garantita sulle prenotazioni entro il 30/04/2012, per il Nice Price non vi sono limitazioni di tempo, con uno sconto sulla quota ufficiale fino al 30%. Con l'offerta Bingo! si raddoppia lo sconto previsto dal First Price; anche qui il fattore del tempo è determinante, perché le prenotazioni vanno effettuate entro il 30 aprile. Confermata anche Parti & Riparti, che regala in Italia una settimana gratis in formula residence a chi ha prenotato due settimane in uno dei complessi FV Special in formula Hotel. "Cerchiamo di venire incontro a tutti i nostri target: le famiglie possono contare sui bambini gratis – prosegue Schiavo – e le coppie possono avere accesso a sconti e quote speciali. Consapevoli del periodo difficile, diamo anche la possibilità di partire subito, pagando successivamente in sei rate a tasso zero, senza spese di istruttoria pratica, grazie a una colla-



punto di partenza



BMT - Pad. 6 - Stand 6146 - 47 - 48

www.futuravacanze.it



In copertina



forzare ulteriormente i collegamenti da Bergamo Orio al Serio verso Olbia grazie a un accordo che intensifica l'interazione con Meridiana Fly e Trawel Fly. Oltre che con Meridiana, per la Sicilia è forte la collaborazione con Wind Jet. Un'altra operazione di rilievo è quella riguardante il volato sulla Calabria, meta che ha fatto registrare una crescita notevole nelle ultime estati. L'operatore offre tariffe vantaggiose per Lamezia Terme e Crotona. Va ricordato anche che per molte strutture FV Special i transfer da e per l'aeroporto sono inclusi nelle quote del pacchetto soggiorno+volo.

Crescita nel Nord

Pur rimanendo un operatore che fa registrare i numeri maggiori tra il Centro e il Sud, area che produce quasi l'80% del fatturato, per l'anno appena terminato, Futura ha raggiunto una maggiore penetrazione al Nord "resa possibile dagli accordi stretti con i principali network e da un impegno particolare per potenziare la forza vendite, incrementata con nuove risorse che hanno portato a venti il numero dei promotori attivi su tutto il territorio nazionale - aggiunge Schiavo - Vogliamo intensificare il lavoro su Toscana e Veneto con ulteriori nuove risorse per coprire ancora più capillarmente queste regioni, come già facciamo in Lombardia e Piemonte. Va sottolineato comunque che il Nord è cresciuto anche perché il Centro-Sud si è stabilizzato dopo anni di continui incrementi ed è quindi fisiologico lo spostamento verso nuovi equilibri". Nelle corde di Futura Vacanze, comunque, a vincere è sempre l'ottimismo e la prospettiva che guarda verso il segno +, come conferma Brunetti: "L'anno scorso abbiamo trasportato 100.000 passeggeri per un giro d'affari pari a circa 42 milioni di euro. Per quest'anno 2011/2012, l'obiettivo è 45 milioni. Crediamo che senza investire non sia possibile crescere e pensiamo che gli sforzi fatti ci porteranno verso i numeri a cui puntiamo".

Valentina Maresca

borazione con Prestitempo". Grande attenzione è stata riservata nuovamente alla nave per la Sardegna, anche in seguito alla querelle del caro-traghetti che ha infiammato di polemiche la scorsa estate. Futura Vacanze, infatti, offre il trasporto gratis per i pacchetti che prevedono due adulti e due bambini - età massima 12 anni - con macchina al seguito e partenza di martedì, con rientro dopo una settimana, mentre per i pacchetti di dieci, undici e sette giorni (da sabato a sabato), è previsto un contributo che rende comunque l'offerta molto conveniente. Per le strutture a cui non è associata la promozione Nave Gratis, è inoltre possibile usufruire di uno speciale pacchetto nave con tariffe particolarmente convenienti. Le partenze sono dai porti di Civitavecchia, Genova, Livorno, Salerno, Napoli e interessano sia la Sardegna sia la Sicilia. Sul fronte dei voli per la Sardegna, l'operatore ha messo in campo un investimento importante per raf-



Verifica le condizioni di applicabilità delle offerte su www.grimaldi-lines.com

AT&T

BEST BONUS GRIMALDI LA CONVENIENZA A PORTATA DI NAVE

SUPER BONUS

L'AUTO O LA MOTO
VIAGGIANO GRATIS

ADVANCED BOOKING

RISPARMIA IL 20%
PRENOTANDO ENTRO
IL 31 MARZO*

SUPER FAMILY AND FRIENDS

PRENOTA UN VIAGGIO
IN CABINA PER 4 PERSONE
2 SONO GRATIS



SPAGNA / GRECIA TUNISIA / MAROCCO / MALTA Sardegna e Sicilia



www.grimaldi-lines.com

☎ 081 496 444

member of Grimaldi Group



*Per partenze in media ed alta stagione sulle linee Spagna e Sardegna (tranne Salerno>Cagliari>Valencia) o in alta stagione per le linee Sicilia (tranne Salerno>Catania)





Fiere

BMT 2012 apre la piazza degli affari

*servizio a cura
di Antonio del Piano*

**Il 30 marzo
via ai lavori
per la sedicesima
edizione della
borsa del turismo
organizzata da
Projecta**

Torna la primavera e con essa torna la Borsa Mediterranea del turismo. L'edizione numero sedici della manifestazione napoletana, che movimenterà i padiglioni dall'1 al 6 della Mostra d'Oltremare dal 30 marzo al 1° aprile, manterrà anche quest'anno il suo focus sul rapporto fra il mercato dell'Italia meridionale e l'offerta dei tour operator nazionali ed internazionali.

Tradizionale anteprima dei programmi per l'estate, la BMT conferma anche il suo ruolo di piazza degli affari per il turismo incoming grazie all'organizzazione di workshop a tema, che vedranno il confronto fra i rappresentanti dell'offerta italiana e i buyers esteri che arriveranno da tutta Europa e dai maggiori mercati degli altri continenti, a partire dai Paesi emergenti.

Un calendario davvero denso di appuntamenti e ricco di spunti attende le migliaia di addetti ai lavori che parteciperanno all'importante appuntamento b2b organizzato dalla Projecta di Angelo De Negri.

Grande attesa per la prima volta di NTV, la nuova linea di trasporto ferroviario creata da Luca Cordero di Montezemolo e Diego della Valle, che alla Borsa Mediterranea del Turismo farà scoprire in esclusiva

la piattaforma tecnologica su Travelport.

Il parterre della fiera espositiva sarà sempre come di primo piano e consentirà di discutere di tutti i temi più importanti del momento. È il caso ad esempio della "Politica, interventi e strumenti per il turismo", di cui si parlerà nel corso del dibattito promosso da Eurosportello, o ancora della convention di Club Viaggi sulla sfida per la leadership di mercato ed innovazione all'insegna della continuità, a cura di UvetITN.

Anche "il lusso made in Naples, dal virtuale al reale", sarà argomento di una tavola rotonda promossa dal dipartimento di Economia Aziendale dell'Università "Federico II" di Napoli che nella stessa sede proporrà anche una riflessione sulla cultura dell'accoglienza nei sistemi turistici locali, mentre un'opportunità per lo sviluppo del territorio potrebbe arrivare dal Cines-turismo, come spiegherà Valeria della Rocca.

I workshop promossi in collaborazione con l'Enit vedranno al centro dell'attenzione Terme e benessere, Incoming, Turismo Sociale, Incentive & Congressi. In programma anche la convention dei Viaggi dell'Airone ed Amadeus sul progetto Disney Booking Online per far felici i più piccoli.

Noi ci crediamo da sempre

Sedici anni di Borsa Mediterranea del Turismo, migliaia gli operatori che nel tempo l'hanno saggiata e beneficiato in termini di business e contatti costruttivi. Dal 1997 ad oggi, la BMT ha avuto il merito di aver aperto il mercato del centro sud a tante aziende del nord che fino a poco prima non erano state in grado di sfruttarne le potenzialità. Ed, al contrario, ha svelato il sud turistico nella sua concezione più ampia. Si disse 'Nata grande'... aggiungeremmo: cresciuta ancora meglio! Avremmo voluto raccogliere le motivazioni di tutti gli espositori e degli ospiti della manifestazione napoletana, ma un numero così alto avrebbe reso improba l'impresa. Riportiamo comunque alcuni pareri eccellenti, raccolti fra le maggiori aziende del tour operating italiano.

MASSIMO BROCCOLI

Il Gruppo Alpitour è presente fin dalla prima edizione alla BMT. I motivi che ci hanno spinto e che continuano a spingerci a partecipare sono da ricercare nell'ottima opportunità che questa Fiera offre alla nostra azienda di potere incontrare il mercato del Centro-Sud e rappresenta il momento più adatto per presentare le molte novità sulla stagione estiva. Inoltre, si tratta di un momento di confronto con moltissime agenzie di viaggio che sono storicamente presenti a questo evento. Si tratta di un evento molto importante che ci permette di valutare l'efficacia delle nostre azioni e di ricevere un feedback costruttivo che ci ha sempre permesso di prendere in considerazione eventuali implementazioni o modifiche al nostro piano di attività sul mercato in questione. Da alcuni anni il Gruppo Alpitour presidia con costanza questo mercato, che reputa strategico, sia attraverso il potenziamento delle nostre programmazioni voli dai principali aeroporti del centro-Sud, sia attraverso un presidio commerciale molto intenso che ci ha permesso di trovare delle alleanze strategiche che ci fanno essere ottimisti sui risultati che anche quest'anno potremmo insieme raggiungere. Nonostante le difficoltà del contesto economico che il Paese sta attraversando, il mercato del Centro Sud è quello che attualmente sta risponendendo meglio, segnale inequivocabile che se si lavora con serietà e continuità insieme alle agenzie di viaggio si possono realizzare azioni efficaci che possono permettere di guardare con fiducia al futuro.



di diventare un tour operator affermato su scala nazionale. Oggi, Best Tours – controllata al 100% da Kuoni Italia – è non soltanto orgogliosa di far parte di un Gruppo così solido ed importante a livello internazionale, ma anche di poter affermare di aver già attuato molteplici sinergie – anche di natura commerciale – utili a penetrare ulteriormente questo mercato in cui il marchio Kuoni è – da sempre – particolarmente affermato. A tale proposito, la condivisione dell'efficiente rete commerciale e dei ben noti promotori di Kuoni rappresenta un indubbio vantaggio per Best Tours... ben consapevole di quanto importante, fortunatamente, sia ancora il valore del rapporto umano nel mercato del centro-sud Italia. Infine, quest'area geografica resta il mercato di riferimento per il target viaggi di nozze al quale Best Tours – fin dall'inizio – ha dedicato un'attenzione particolare, in tutte le destinazioni programmate".

GUIDO OSTANA

"La BMT è l'iniziativa del centro-sud Italia più autorevole per comunicare direttamente con il trade. Non possiamo mancare anche in virtù del cammino intrapreso di sviluppo commerciale di quest'area. Per l'estate 2012, – prosegue Ostana – abbiamo incrementato i posti volo dagli aeroporti di Roma e Napoli. Parallelamente il team commerciale Settemari, capitanato da Roberto Minardi procede il suo percorso di crescita per essere sempre più presente su questo mercato. La BMT sarà un'ottima occasione per presentare tutti i nostri cataloghi dell'estate compresi quelli di Amo L'Oriente, il nostro brand lungo raggio. In particolare punteremo l'attenzione sulla nostra destinazione leader dell'estate, la Grecia, che quest'anno presenta ben sette novità SettemariClub e molte nuove destinazioni anche lungo la costa peninsulare pronte a soddisfare ogni tipologia di clientela. Roberto Minardi e il team commerciale del centro sud attendono gli agenti di viaggio presso il nostro stand, al padiglione 6".



Alcuni fra i maggiori tour operator italiani spiegano i motivi della partecipazione alla BMT

MARIO VERCESI

"Best Tours ha partecipato a tutte le edizioni della BMT. Questo a riprova del fatto che abbiamo scelto di investire e di puntare anche sul mercato del centro-sud Italia, con l'ambizione



Angelo De Negri



ROBERTO MACCARI

“Anche quest’anno parteciperemo alla BMT di Napoli, con uno stand pieno di novità. Questo è un impegno che assumiamo pienamente motivati, poiché la nostra presenza in Campania, grazie anche al lavoro del nostro promotore, è ulteriormente in crescita. Saremo a Napoli anche per fornire il nostro supporto all’intermediazione in un’area su cui vogliamo puntare, perché è un mercato vivace ed interessante. Presenteremo le nostre nuove programmazioni e non mancheranno le novità firmate TwoForAll (Corsi di lingua e Viaggi Avventura). Abbiamo conquistato una presenza forte su questo territorio anche per merito delle scelte compiute in termini di formazione, che ci hanno messi a contatto con numerosissime agenzie di viaggi molte delle quali sono diventate nostre partners”.



MAURIZIO CASABIANCA

“La nostra partecipazione alla BMT è storica e consolidata, ancora più forte dopo l’apertura dell’ufficio a Napoli tre anni fa che ha portato Naar a crescere sul territorio campano, mentre il brand Aviomar vi era già radicato. In fiera ci presentiamo con una nuova realizzazione grafica dall’impostazione ispirata al web”.



GIUSEPPE D’AGOSTINO

“BMT sarà per noi fondamentale per incontrare le agenzie del centro sud e misurare il polso del mercato. Non possiamo mancare, anche in virtù del cammino di sviluppo commerciale intrapreso in quest’area. Importante per noi sarà comunicare con forza la differenza e la straordinarietà dei nostri prodotti e tutti i servizi in lingua italiana per accogliere al meglio i nostri ospiti nel personale di servizio dedicato, nell’intrattenimento, nelle escursioni. Senza dimenticare che uno dei punti di forza Royal Caribbean sono i prezzi chiari e trasparenti, che includono sempre tasse e mance”.



VITTORIO BENVENUTO

“La partecipazione alla BMT di Napoli è uno dei punti fermi delle nostre attività organizzate durante l’anno e la consideriamo una fiera di settore molto professionale e coerente con i nostri obiettivi. Noi siamo un tour operator con sede nel nord Italia e questa è l’occasione migliore per andare verso quelle città, che potrebbero conoscerci poco, per presentare la nostra programmazione e i nostri Atlantis Club. La fiera di Napoli ci regala sempre molte soddisfazioni e crediamo sia molto importante essere presenti anche su questo territorio”.



LAURENCE MECCOLI

“La decisione di partecipare alla BMT nasce dal desiderio di comunicare in modo sempre più diretto con il trade, in particolare con le agenzie del centro-sud Italia, per far conoscere sempre più il prodotto turistico offerto da Star Clippers”.



GIANCARLO MONACO

“Riconfermiamo anche quest’anno la presenza in BMT perché si tratta della più valida tra le fiere del turismo, è veramente orientata al business e prevede la partecipazione di agenti di viaggi al 100%, soprattutto del Sud, con i quali abbiamo difficoltà a rapportarci per la raggiungibilità spesso critica di quest’area, al contrario del Centro-Nord, meglio collegato”.



ANDREA MELE

“La presenza alla Borsa Mediterranea del Turismo sarà un’occasione per confermare anche nel centro-sud Italia la nostra importanza come operatori di riferimento per il tailor-made lungo raggio: dagli Emirati all’Oceano Indiano; dal Sud Est Asiatico al Pacifico; dal Sud Africa al Sud America”.



“QUESTO WEEK END SHOPPING? SÌ, MA A BARCELLONA!”

Finalmente i tuoi Clienti possono provare Il piacere di una mini crociera. Con le Minivacanze Costa è possibile visitare le città del Mediterraneo, godersi spiagge e relax in soli 3, 4 o 5 giorni. Per vivere un vero e proprio concentrato di crociera basta scegliere tra le tante date di partenza questa primavera: ogni momento è quello buono per togliersi lo sfizio.

Informazioni su costaclick.net

3, 4 O 5 GIORNI

SPAGNA E FRANCIA
IN PRIMAVERA

PRENOTASUBITO
da
€ 290* p/p

DA SAVONA

* Tariffa PrenotaSubito p/p in cabina doppia-cat. 11 (30 posti disponibili) riferito a C. Atlantica 8/5/12. Escluse tasse portuali (€ 80) e quota di servizio (€ 21 p/adulto).



MINIVACANZE
COSTA
PICCOLE
MA GRANDI.

Costa
CROCIERE



Repubblica Dominicana e il lusso: in resort a Cap Cana e Puerto Plata

Diverse le aperture di nuove strutture rivolte a un target di alto livello per chi cerca un servizio di lusso e un ambiente sofisticato. Sono le ultime novità che la Repubblica Dominicana presenterà in Italia in occasione della Borsa Mediterranea del Turismo di Napoli. Il Paese continua ad investire anche nei campi da golf e con l'apertura del primo stabilimento della catena Salamander a Punta Cana, il Fishing Lodge Cap Cana, valorizza uno dei migliori campi dei Caraibi e del Messico, il Punta Espada. Questa lussuosa struttura propone all'interno della proprietà una cappella in stile dominicano per gli sposi desiderosi di celebrare qui il giorno più bello della loro vita. Quattro piscine, tre bar, due ristoranti a tema e l'opportunità di praticare sport acquatici sono la proposta di base di questa location che richiama nello stile una ricostruzione di un Paese con tanto di negozi e una bella marina. Il lusso delle camere e il loro comfort rappresentano pienamente lo stile raffinato del Fishing Lodge. Le 299 ville del resort sono frutto di un



innovativo design esterno e interno che vedono, anche la realizzazione di suite dotate di piscina privata, che godono di una vista panoramica meravigliosa proposte in quattro tipologie: junior, one bedroom, two bedroom and three bedroom. Gli ospiti hanno un ampio ventaglio di possibilità per la cena, potendo scegliere tra quattro ristoranti: Bi-

strot, Market Salamander Grill, Bohío Bar & Grill e Sports Bar (aperto nel dicembre scorso).

Il resort prende il nome dalla grande Marina che lo circonda, la più completa e moderna dei Caraibi, che, quando sarà terminata, avrà una superficie complessiva di 1,5 milioni di mq e sarà in grado di ospitare Yacht di oltre 55 metri e avrà una capacità di oltre 1000 posti. Dotata di tutti i servizi di una Marina a 5 stelle inclusi quelli come il servizi immigrazione, elettricità, telefono, internet, acqua potabile, rifornimento carburante, pulizia e riparazioni.

Sempre nell'esclusiva Cap Cana è in fase di ultimazione il prestigioso Eden Roc, il primo della catena Solaya Hotels & Resorts in America e Europa, che con le sue 34 sofisticate suite, vuole essere un sim-

bolo di un nuovo concetto di lusso intimo, qualità e innovazione per le future strutture del Gruppo. Il boutique hotel, che si propone come nuovo punto di riferimento nell'Isola in termini di lusso e glamour, verrà inaugurato all'inizio dell'estate ed è ubicato in una posizione privilegiata accanto ai prestigiosi campi da golf disegnati da Jack Nicklaus; usufruisce della marina del Fishing lodge dove è possibile approdare con il proprio yacht, ma è anche a breve distanza dall'aeroporto di Punta Cana e da un terminal per i voli privati. Concepito come un moderno e lussuoso rifugio, vuole essere un ambiente elegante, ma accogliente e caloroso. Il concetto trasmesso da questa struttura, vuole essere quello di un'eccezione da vivere in intimità. Alcune camere, godono di una vista sensazionale sull'oceano. Tutte le suite sono dotate di piscina privata, di spazi dedicati al benessere e al relax e sono circondate da deliziosi giardini tropicali. Per gli amanti dello sport sarà possibile praticare il golf in uno dei migliori campi dominicani, inoltre si potrà scegliere tra un ricco ventaglio di eventi e attività per le famiglie con bambini e rilassarsi nella beatitudine dell'incantevole Eden Roc Spa. Ma non è tutto perché nelle camere molta attenzione è anche posta sull'uso della domotica. Questo Boutique hotel appartiene a The Leading Hotels of the World.

Un'altra new opening a Cap Cana sarà quella dell'Ocean Club nel corso del prossimo autunno. Proporrà un servizio di altissima qualità e un'eccezione che si paleserà nelle sue 92 camere con uno stile ricercato e caratteristico dei boutique hotel. La struttura nasce nel contesto romantico regalato dalla vista sull'oceano, godibile alloggiando nei deliziosi bungalow suite, appositamente studiati per garantire relax e armonia. Apre a Puerto Plata, invece, il Cofresi Palm Beach & Spa Resort con 468 camere, due spa, due discoteche e 12 piscine. La struttura fa parte del progetto di ampliamento nella costa nord dell'isola da parte della prestigiosa catena Lifestyle Holidays Vacation Resort con l'obiettivo, non solo di arricchire l'offerta turistica di quella zona del Paese con una nuova struttura innovatrice nei servizi e nell'ambientazione, ma anche di movimentare l'afflusso turistico al nord. La nuova struttura, si propone come ideale per le vacanze in famiglia, con una serie di camere caratterizzate dal lusso ma al tempo stesso, dalla semplicità. Per quanto riguarda la ristorazione, il ventaglio di proposte include 9 diverse possibilità, 2 ristoranti a buffet e 7 alla carta.

**Tanti hotel pronti
ad aprire le porte
ai futuri ospiti
ed offerta up level
in crescita**



Repubblica Dominicana
Tutto quello che sogni

BMT 12 Stand N° 6030-31 Padiglione 6

UN PAÍS PARA SOÑAR



Immagina tutto il meglio dei Caraibi. Tuffati in Paradiso. Qui trovi 650 chilometri di spiagge vergini, un popolo incantevole, una gastronomia eccellente, un'ospitalità di altissimo livello, campi da golf, sport acquatici e d'avventura, parchi naturali lussureggianti e città ricche di storia.
Repubblica Dominicana. Tutto quello che sogni.

Astoi e il Fondo di Garanzia chiesto l'adeguamento

Un convegno per ribadire l'urgenza di alcune pratiche e l'importanza dell'Intesa con i consumatori

Sono necessarie nuove riforme legislative in materia di organizzazione ed intermediazione di viaggi che garantiscano la reale certezza del diritto ed una maggiore equità nelle responsabilità di tutti gli operatori, compresi quelli 'on line'. Lo ha chiesto Roberto Corbella, presidente di ASTOI Confindustria Viaggi, l'associazione dei tour operator italiani, nel corso di un convegno che si è tenuto a Roma. Corbella ha anche evidenziato la centralità del consumatore – turista nel processo di produzione e di commercializzazione di viaggi, sottolineando a tale proposito l'importanza del Protocollo per la Conciliazione Paritetica, siglato da ASTOI con le principali associazioni dei consumatori, che consente di attivare un percorso stragiudiziale, rapido ed efficace, per risolvere eventuali contenziosi tra clienti e tour operator. Il proficuo dialogo avviato tra le parti, come noto, ha permesso altresì la sigla in tempi record di un accordo storico con Costa Crociere per i rimborsi relativi alla vicenda della Costa Concordia. Corbella ha ribadito anche l'urgenza di un vero Fondo di Garanzia che garantisca una reale coper-



tura economica ai consumatori dei pacchetti turistici in casi di emergenza dovuti a situazioni di crisi (politiche o climatiche) o al fallimento e all'insolvenza di operatori turistici. A tale proposito, ha fatto notare come "in alcuni casi di emergenza, l'Unità di Crisi della Farnesina può emanare lo 'sconsiglio' nei confronti di una data destinazione e, ad oggi, i consumatori turisti che si trovano nei territori 'sconsigliati' e che debbono essere rimpatriati o rimborsati, non hanno alcuna risposta e non dispongono di reali protezioni. In tali casi, i tour operator bloccano le partenze e sono gli unici soggetti a farsi carico di ogni costo relativo al rimpatrio, alla gestione delle emergenze ed alle richieste di cancellazione e di rimborso dei viaggi che da tali situazioni derivano. Il Fondo attualmente esistente presso il Dipartimento del Turismo, mantenuto invariato dal nuovo Codice del Turismo, è alimentato solo da un modesto gettito derivante da risorse stornate dalle polizze assicurative a carico di tour operator e agenzie di viaggio". Lo stesso Fondo è ritenuto assolutamente insufficiente e, ad oggi, deve ancora liquidare vecchie richieste di risarcimento. "Peraltro, il Fondo – ha concluso Corbella – non interviene nei casi di fallimento o insolvenza dei vettori, in favore cioè dei consumatori che abbiano acquistato il solo volo aereo. Da tempo insieme alle associazioni dei consumatori, abbiamo chiesto l'istituzione di un Fondo che protegga realmente i turisti da tutti i possibili rischi, mettendoli in condizione di partire sereni per ogni tipo di destinazione".

Liste nozze: "Basta la ricevuta"

"Rimaniamo sorpresi dalla notizia apparsa su un sito web in cui si sostiene che l'Agenzia delle Entrate avrebbe risposto ad una interpellanza sulla normativa in materia di tracciabilità, con espresso riferimento alle liste di nozze, precisando che in caso di singoli pagamenti o regali inferiori al tetto dei 1.000 euro, vanno comunque usati strumenti tracciabili". Astoi interviene così su uno degli argomenti che stanno tenendo banco nelle ultime settimane. "La notizia ci stupisce – prosegue la nota dell'associazione – in quanto l'Agenzia delle Entrate non è l'organo competente in materia di tracciabilità, essendo competente direttamente il Ministero dell'Economia e delle Finanze dipartimento del Tesoro - Direzione V – prevenzione dell'utilizzo del sistema finanziario per fini illegali". Fa sentire la sua voce anche lo stesso presidente di Astoi, Roberto Corbella: "Siamo fermamente convinti che, per i versamenti relativi alle liste di nozze, trattandosi di erogazioni liberali effettuate separatamente da singoli individui, qualora le stesse siano inferiori al tetto dei 1.000 euro, non debba sussistere il discorso del cumulo e del requisito della tracciabilità. In tali casi, come accade nella normale prassi, deve essere rilasciata a ciascuno dei partecipanti alla lista di nozze una ricevuta di quietanza dell'importo versato, essendo tale documento più che sufficiente e non dovendosi richiedere, dunque, ulteriori modalità ai partecipanti. Opereremo quindi con il Ministero dell'Economia per vedere riconosciuta questa tesi - conclude Corbella, che riteniamo essere quella corretta, anche perché interpretazioni diverse creerebbero un discrimine nei confronti di altre tipologie di liste di nozze".



ASCOLTA IL MARE
VIVILO CON ROYAL CARIBBEAN



**2012. NUOVI PORTI
DI PARTENZA DALL'ITALIA.
ASCOLTA IL RICHIAMO DEL MARE.**

7 NOTTI NEL MEDITERRANEO

Da: **390€***

PARTENZE DA:

- Genova
- Civitavecchia
- Messina
- Bari
- Venezia



Ascolta il richiamo del mare. Nuove partenze da Bari e Messina, oltre a quelle da Venezia e Civitavecchia. E da quest'anno si parte da Genova per tutta la stagione estiva! Offri l'esperienza internazionale di crociere top, con assistenza in italiano, sulle navi più innovative del settore. Per i tuoi clienti scegli Royal Caribbean.



VISITA IL SITO WWW.ROYALCARIBBEAN.IT, OPPURE CHIAMA L' 800 33 33 03.

*Tariffa p. p. in camera doppia interna (posti limitati), riferita alla partenza di Splendour of the Seas del 29/04/2012. Sono esclusi diritti portuali, mance e contributo spese per la gestione amministrativa della polizza assistenza, rimborso spese mediche, bagaglio e annullamento.

Costa Crociere pensa al rilancio e si affida a McKinsey&Company



Costa Neoromantica

Piano di rilancio di Costa Crociere, l'operazione è già partita. Dopo un inverno che definire nefasto è dir poco, la Compagnia genovese prova e mettere il punto ed andare a capo. Punti fondamentali dell'opera di ricostruzione di immagine e credibilità sarà la ricostruzione della reputazione e della fiducia nei confronti di Costa Crociere, l'aumento delle vendite e la definizione di nuovi standard di sicurezza. È dei giorni scorsi la notizia del lancio del piano che dovrà avviare la ricostruzione di un marchio che, per dirla con le parole del presidente Pier Luigi Foschi, è stato 'azzerato mediaticamente'. L'impegno è caduto sulle spalle di McKinsey&Company che, secondo fonti di stampa economica, avrebbe concluso un accordo con la compagnia genovese per organizzare un team operativo formato da sei consulenti che dovranno lavorare per almeno 16 settimane a stretto contatto con il top management della compagnia. Nel dettaglio il piano prevede linee d'intervento ispirate ai punti fondamentali per il rilancio di reputazione e fiducia verso Costa Crociere, vendite e

Dal quartier generale di Genova le prime mosse per recuperare la fiducia del mercato

Ecco Romantica con il suo nuovo look

In attesa di veder tornare il suo brand in auge, Costa Crociere rilancia con neoRomantica, la rinnovata unità della flotta uscita dal Cantiere San Giorgio del Porto di Genova dopo un restyling del valore di circa 90 milioni di euro, uno dei più importanti mai realizzati nel mondo dell'industria crocieristica, sia in valore che per la portata dei lavori di trasformazione. Costa neoRomantica è una nave elegante, da 1600 passeggeri, dedicata a una clientela appassionata di crociere ed alla ricerca di vacanze di qualità, atmosfere raffinate ed itinerari esclusivi. La progettazione degli interni, caratterizzati da un design contemporaneo, particolarmente elegante e raffinato è stata affidata a Tillberg Design, studio di architettura svedese che in 40 anni di storia ha disegnato gli interni di circa 130 yacht di lusso e prestigiose navi da crociera, e a Syntax, studio londinese specializzato in hotel e prestigiosi centri benessere.

sicurezza. La ricostruzione della fiducia attorno al marchio dovrà avvenire attraverso l'elaborazione di uno studio sull'industria delle crociere e su Costa in particolare, su un preciso programma di gestione degli stakeholder e su un monitoraggio continuo di quanto appare sui media. Questo incarico conferma le intenzioni espresse dal presidente di Carnival, Micky Arison, che in un'intervista al Miami Herald ha riconfermato la fiducia all'attuale amministratore delegato Foschi escludendo di voler cancellare la storica C blu sul fumaiolo giallo delle navi. Sul piano operativo intanto, la Compagnia ha apportato alcune necessarie modifiche alla programmazione nel Mar Rosso, dettate dall'emergenza seguita all'incendio a bordo di Costa Allegra. Al suo posto arriva Costa Voyager, nave di nuova generazione, entrata in servizio nel 2000 e sottoposta a interventi di rinnovamento nel novembre 2011, dotata di 416 cabine, 3 ristoranti, 4 bar, un centro benessere con palestra, solarium, piscina, 2 Jacuzzi, teatro, casinò, discoteca e shopping center. Costa Voyager effettuerà gli itinerari originariamente previsti per Costa Allegra: fino al 1 luglio itinerari di varia durata nel Mediterraneo e nel Nord Europa dedicati agli Ospiti del mercato francese; il 13 luglio una crociera di 9 giorni da Amsterdam a Savona; dal 23 luglio al 20 agosto crociera di una settimana nel Mediterraneo con scali a Barcellona, Villefranche, Livorno, Capri, Malta, Cagliari, Minorca; dal 28 agosto crociera di varia durata nel Mediterraneo, sempre per il mercato francese. È quindi momentaneamente sospeso l'itinerario nel Mar Rosso 'Coralli e Antichi tesori' con Costa Voyager. Gli ospiti che hanno prenotato questo itinerario vengono perciò riprotetti su crociere equivalenti.

Tra le opzioni offerte: • sette giorni negli Emirati Arabi, 'Le mille e una notte' con Costa Favolosa da Dubai con tappe a Muscat (Oman), Fujairah (Emirati Arabi), Abu Dhabi (Emirati Arabi), Khasab (Oman) e ancora Dubai. • sette giorni nei Caraibi, 'Le Perle del Caribe', con Costa Luminosa, che prevede l'imbarco a Guadalupa e scali nelle isole di Martinica (Antille), St. Maarten (Antille), La Romana (Rep. Dominicana), Isola Catalina (Rep. Dominicana), Tortola (Isole Vergini Britanniche) e Antigua (Antille). • tutti gli itinerari di sette giorni nel Mediterraneo occidentale e orientale con Costa Classica, Costa Fascinosa, Costa Favolosa, Costa Magica, Costa Serena, Costa neoRomantica, Costa Atlantica.

In alternativa viene data la possibilità di cancellare senza penali e con rimborso totale e, in aggiunta, di beneficiare di un buono del valore del 30% del prezzo pagato da utilizzarsi per l'acquisto di una futura crociera. AdP

Ci trovi al / Visit us
BMT 2012
Stand. 5102 & 5103
Pad. 05

Incredible India

info@indiatourismmilan.com ●
www.indiatourismmilan.com



UNISCITI AI FESTEGGIAMENTI. BALLA CON I "LOCALI"

Scopri lo spirito e l'esuberanza della gioventù indiana.
Nei villaggi, nelle città, nelle giungle.

Tour Operator



I primi venti anni di magia per Disneyland® Paris

A partire dal 1° aprile Disneyland® Paris, prima destinazione turistica europea, festeggia il suo 20° Anniversario, un traguardo importante da celebrare con una festa davvero unica nel suo genere, lunga un anno intero. Sono trascorsi vent'anni dal 12 aprile 1992 e da allora 250 milioni di persone hanno visitato i Parchi Disney realizzando così i propri sogni. Tra le tante novità che i visitatori potranno trovare nei Parchi Disney ogni giorno e per tutto il 2012, ci sono dei momenti imperdibili che tutti, grandi e piccini, ricorderanno per sempre. Ogni pomeriggio sotto il Castello della Bella Addormentata sfila la Parata della Magia Disney, un momento davvero unico per vedere i Personaggi Disney più amati di sempre. In occasione di questa

celebrazione i beniamini di grandi e piccini indossano nuovi e colorati abiti, degni di una grande ricorrenza. L'amore incantato, l'amicizia senza tempo, l'allegria ed il divertimento sono i valori che sfilano sotto gli occhi dei visitatori lungo Main Street U.S.A.

A partire da fine aprile invece Topolino si prepara ad accogliere i suoi fans addirittura nel suo camerino per un incontro privato ed unico. Cosa c'è di più magico del proprio bambino che abbraccia Topolino? Eccolo qui in carne ed ossa solo per lui! Dopo una giornata passata tra una battaglia con Capitan Uncino, un volo con Peter Pan, un giro su Space Mountain quando la sera avvolge questo magico mondo ecco un momento assolutamente da non perdere. Uno spettacolo emozionante, infatti, ogni giorno prende vita sul Castello della Bella Addormentata e diventa il momento ideale per far sognare e stringere in un abbraccio le persone care tanta è l'emozione che si presenta davanti ai loro occhi... è la magia di Disney Dreams! Il Castello della Bella Addormentata è avvolto in giochi di luce, proiezioni e fontane d'acqua che trasformano la realtà in sogno. In prima mondiale assoluta uno spettacolo che promette di lasciare a bocca aperta grandi e piccini. Una celebrazione come questa è davvero imperdibile e affinché nessuno manchi alla festa Disneyland® Paris propone delle offerte vantaggiose durante tutto l'anno. Ma fino al 16 aprile ce n'è una da cogliere al volo! Sconto fino al 20% su un pacchetto soggiorno a partire da 3 giorni/2 notti (pernottamento in un Hotel Disney + prima colazione + ingresso ai Parchi Disney) ed in più i bambini sotto i 12 anni hanno ulteriori vantaggi: per loro anche i pasti e volo diretto con Air France/ Alitalia sono gratis!

Kuoni, stop adeguamenti valutari

Kuoni e Best Tours incentivano la stagione 2012 confermando la propria attenzione al cliente finale e la politica di supporto a favore delle agenzie di viaggi con un'iniziativa mirata al 'blocco' degli adeguamenti valutari. In questo senso, a tutte le nuove prenotazioni confermate entro il 31 marzo 2012, per partenze fino al 31 ottobre 2012, non verranno applicati eventuali adeguamenti valutari dovuti alle oscillazioni del cambio. La promozione è relativa alle prenotazioni dei soli pacchetti individuali turismo. Le variazioni riguardanti gli incrementi del costo del trasporto, incluso il costo del carburante, dei diritti e delle tasse, ove previsti, seguiranno regolare applicazione, secondo quanto indicato dalle condizioni generali di contratto. "Anche quest'iniziativa - commenta Mara Bardellini, trade sales manager Kuoni Italia - conferma l'impegno di Kuoni e Best Tours ad essere al fianco delle agenzie di viaggi, fornendo loro un aiuto costante e concreto nell'ottica della massima trasparenza verso il consumatore finale".

www.leisolediguadalupa.com

Guadalupa e le cinque isole che svelano cos'è il Paradiso

Basse-Terre, Grande-Terre, La Désirade, Les Saintes, Marie-Galante: sono le Isole di Guadalupa, ubicate a 7.000 chilometri ad ovest delle coste europee, tra il Mar dei Caraibi e l'Oceano Atlantico, al centro delle Piccole Antille. Ognuna di esse ha una sua peculiare cultura e proprie tradizioni. Basse-Terre è situata lungo una catena di origine vulcanica sovrastata dal vulcano La Soufrière, immerso in una fitta vegetazione. Questo massiccio montuoso, ricoperto dalla foresta tropicale per 17.000 ettari, fa parte del territorio gestito dal Parco nazionale e, grazie ai numerosi percorsi segnalati, rappresenta una splendida meta per escursioni e trekking. Grande-Terre è un vasto piano calcareo orlato da spiagge. L'isola è stata perfettamente adattata alla coltivazione della canna da zucchero che ricopre la maggior parte della sua superficie. La Désirade fa parte delle riserve naturali francesi. È il secondo sito di Guadalupa iscritto sulla Gazzetta Ufficiale, il sesto delle regioni d'Oltremare, ma è la prima riserva naturale essenzialmente geologica. Les Saintes è un arcipelago composto da due isole abitate, Terre-de-Haut (5 chilometri quadrati) e Terre-de-Bas (8 chilometri quadrati), nonché da sette isolotti. Infine, Marie-Galante, chiamata anche la 'Grande.Galette' (la grande frittella) per la

sua forma arrotondata, è dedita alla distillazione della canna da zucchero: qui, infatti, viene prodotto il rum migliore e più forte di tutta la Guadalupa. L'analisi delle tendenze dei mercati indica sempre più come futuro consumatore della destinazione Guadalupa il cliente ad alto reddito. Sensibile alle problematiche ambientali ed alle tradizioni, il turista del futuro, oltre all'accoppiata sole/mare, cercherà prodotti dalla forte connotazione identitaria rappresentata da ambienti autentici e preservati, ricchi ecosistemi. Tuttavia, il turismo di Guadalupa deve confrontarsi con una doppia concorrenza: da un lato, l'espansione di destinazioni a basso costo e, dall'altro, la crescita qua-

Alla scoperta dell'affascinante arcipelago nel cuore delle Piccole Antille



litativa delle isole concorrenti, ben posizionate rispetto a questa clientela emergente ad alto reddito. Il modello di sviluppo di media gamma di Guadalupa è stato quindi rivisto per differenziare l'offerta di questo segmento migliorandone anche il livello qualitativo.



Insieme all'Ente del Turismo
delle Seychelles...



Vi aspettiamo all'**HAPPY HOUR** per scoprirle insieme!
BMT Napoli 30.03.12 ore 16.00

Blue Panorama Airlines
Vi dà il Benvenuto in un Altro Mondo
le Seychelles

Ricordati
di consegnare
allo stand
Blue Panorama
il Tuo biglietto
da visita
per l'estrazione
di premi!



 **Blue Panorama**
airlines

Blue Panorama Airlines vola direttamente da Milano e da Roma per le affascinanti isole delle Seychelles. Il volo viene distribuito attraverso tour operator e agenzie di viaggio, è anche promosso sul il sito www.blu-express.com.


le isole seychelles
un altro mondo

L'Ente del Turismo delle Seychelles, sarà presente alla BMT ed insieme a Blue Panorama airlines Vi aspettano per l'Happy Hour venerdì 30 marzo dalle ore 16.00 alle ore 17.00 Pad. 5 Stand n. 5058-70.



Blue Panorama Airlines vi aspetta
per scoprire insieme **Cuba**

LA ISLA GRANDE

Vi aspettiamo per
I'HAPPY HOUR

sabato 31 marzo
dalle ore 12.00 alle ore 13.00

BMT Napoli

Padiglione 5 - Stand n.5058/70

Ricordati di consegnare **allo stand
Blue Panorama** il Tuo biglietto
da visita per l'estrazione di premi!



 **Blue Panorama**
airlines

Blue Panorama Airlines vola direttamente da Roma, Milano e
Verona per l'Isola di Cuba.

I voli vengono distribuiti attraverso tour operator, agenzie di
viaggio e promossi sul sito www.blu-express.com

In collaborazione con il Ministero del Turismo di Cuba



Uvet acquisisce Pomodoro Viaggi



Luca Patané

Il gruppo Uvet, polo distributivo nel comparto dei servizi turistici sia consumer che business, ha acquisito anche il ramo consumer di Pomodoro Viaggi. Grazie a quest'operazione, Uvet subentra alla Banca di Bologna nel controllo dell'azienda. Pomodoro Viaggi manterrà l'attuale livello occupazionale e la sua presenza a Bologna ed in provincia. Uvet American Express aveva già acquisito a fine 2010 il ramo business travel. "Pomodoro Viaggi – ha commentato il presidente del gruppo Uvet, Luca Patané – potrà ora ampliare ed innovare l'offerta delle soluzioni di viaggio e vacanze per la propria clientela. Dopo la prima acquisizione del ramo viaggi d'affari da parte di Uvet Amex, possiamo dire con soddisfazione che Pomodoro Viaggi è cresciuta ed annoverata ora tra i leader del comparto in Emilia-Romagna". Enzo Mengoli, direttore generale di Banca di Bologna, esprime soddisfazione e sottolinea che "la Banca resta socio di minoranza, perseguendo un disegno di sinergie che porti vantaggio ai clienti e garantisca sviluppo alla società. Abbiamo realizzato quest'operazione con un socio

importante e con grande esperienza nel settore, per confermare e migliorare ulteriormente offerta e posizionamento sulla clientela del nostro territorio". Nel 2011 il giro d'affari del Gruppo Uvet ha sfiorato i 2 miliardi di euro (1,918 miliardi di euro), in crescita dell'11,6%. Uvet American Express, specializzata nei viaggi d'affari, ha fatto registrare un incremento del fatturato dell'11% (da 320 a 360 milioni di euro). Uvet ITN, la rete di oltre 900 agenzie di viaggi consumer in Italia, è cresciuta nel 2011 del 12% (1,3 miliardi di euro).

Thai Airways prolunga la promozione honeymooners che presenterà in BMT

Con Thai Airways il viaggio di nozze ha un tocco di classe in più: a grande richiesta il vettore di bandiera thailandese prolunga la promozione honeymooners e rinnova i benefit riservati ai novelli sposi. Grazie alla Compagnia dell'Orchidea, infatti, prendere il volo più dolce della vita significa scoprire un mondo di attenzioni esclusive e privilegi ancora prima del decollo: gli sposi in luna di miele potranno usufruire del check-in privilegiato grazie a canali preferenziali presso i banchi degli aeroporti di Roma Fiumicino e Milano Malpensa, godranno dell'imbarco prioritario ed il bagaglio verrà registrato con priorità di riconsegna. Ulteriori coccole a bordo per gli honeymooners, ai quali la Compagnia offrirà in esclusiva una torta nuziale da accompagnare con un calice di champagne per brindare in puro stile 'smooth as silk' prima di atterrare nel Paese del Sorriso. Per usufruire dell'offerta la propria agenzia di viaggi deve attivare la promozione presso gli uffici Thai Airways. La promozione è valida su tutti i biglietti emessi a partire dal primo marzo 2012 per partenze dal primo aprile 2012 al 31 marzo 2013 solo sui voli diretti Roma-Bangkok e Milano-Bangkok e deve essere preventivamente attivata dalla propria agenzia di viaggi presso gli uffici Thai Airways. La nuova offerta è una



delle diverse attività che animano la vivace primavera Thai Airways e che la Compagnia presenta alla BMT di Napoli (Padiglione 5, Stand 5022/5023).

New entry nello staff di Auratours

È Sonia Imbimbo, già capo booking di Hotelplan Roma, il nuovo acquisto di Auratours che, con questa new entry, rafforza il reparto booking. L'operatore romano sta attraversando un momento di forte rinnovamento, sia in vista dei festeggiamenti del decimo anniversario, ma anche, se non soprattutto, a seguito di una fase di crescita inarrestabile scandita

ora da nuova energia ed entusiasmo. Assieme al reparto del booking, cresce anche il settore del commerciale che gode dell'ingresso di un promotore per la Sicilia: "Cresce il nostro staff; ad oggi siamo più di venti, senza contare il personale aeroportuale – commenta Felice Calabretta, presidente di Auratours – e si rafforza una squadra in cui ognuno dà il suo fondamentale apporto dal valore ampiamente riconosciuto. Il merito della crescita di Auratours, della fiducia acquistata sia presso i partner commerciali che tra il pubblico finale, va dato senza dubbio al contributo che tutti

indistintamente all'interno di questa azienda hanno saputo fornire in questi anni di lavoro intenso". Gli investimenti di Auratours volti a festeggiare il 2012 sono già sfociati, ad inizio anno, nei due nuovi siti (Incoming ed Outgoing) e nell'operazione booking-on-line; ora l'operatore romano annuncia l'ampliamento dello staff nei reparti booking e commerciale.

Nasce Super Tour Operator per portare i cinesi in Toscana

Dal progetto di Toscana Promozione per il mercato cinese Tourist Experience Design è nato Super Tour Operator, aggregazione di tour operator toscani che intende proporre un'offerta integrata e strategie di promozione e commercializzazione dei prodotti turistici attrattivi rispetto alle aspettative dei mercati turistici cinesi. "La Toscana punta a diventare, anche attraverso questo nuovo soggetto imprenditoriale, una delle mete più ambite per i turisti cinesi – ha commentato la notizia l'assessore regionale al Turismo Cristina Scaletti – Siamo già entrati nelle case di milioni di cinesi grazie alle produzioni cinematografiche che hanno scelto la nostra regione come set. Ora siamo pronti ad accoglierli al meglio con un'offerta diversa, volutamente lontana da ogni logica turistica 'mordi e fuggi'. Abbiamo studiato cosa vuole e cosa si aspetta il turista cinese – è la conclusione dell'assessore Scaletti – sappiamo quali sono le sue abitudini e le sue capacità di spesa. Siamo in grado di costruire un viaggio su misura per loro, un'esperienza da condividere, alla scoperta di una terra sorprendente. Perché dopo il primo viaggio in Toscana, si deve avere subito voglia di ritornare".

Gtours Tour Operator alla BMT con Itinera 2012

Gtours Tour Operator presenta alla BMT-012 una novità tra le più importanti della sua programmazione 2012, Itinera 2012, brand con il quale Gtours promuove sul mercato la programmazione 2012 dedicata a viaggi culturali e pellegrinaggi in importanti mete come Lourdes, Terra Santa, Fatima, Santiago de Compostela e Medjugorje. Una parte importante del programma Itinera 2012 è organizzata



Cristina Scaletti

in 42 partenze dall'aeroporto di Pescara per altrettanti pellegrinaggi a Medjugorje della durata di 4/5 giorni, ma rappresenta anche tante occasioni per viaggiare attraverso la storia, l'arte e la cultura della Bosnia e dell'Erzegovina. Inoltre Gtours, in collaborazione con Aeroporti d'Abruzzo, Air Vallee e Fortuna Tour, partner per i servizi land d'oltremare, ha attivato il servizio booking per Medjugorje per ogni tipo di richiesta individuali o gruppi precostituiti. L'organizzazione mette a disposizione ogni servizio di accoglienza negli aeroporti di arrivo e partenza, trasferimenti, guide spirituali e culturali altamente specializzate, ristoranti accuratamente selezionati, alberghi di buon livello e per ogni esigenza; il tutto a costi contenuti. Il restante programma Itinera conta la collaborazione di partner che permettono l'organizzazione minuziosa di qualsiasi dei tour in programmazione. Tra questi, un partner importante è Asia Tour, dei quali Itinera rappresenta, in esclusiva per l'Italia, il General Sales Agent, e grazie al quale garantisce un'esperienza indimenticabile in Terra Santa.

Lufthansa introduce un nuovo giornaliero Napoli-Francoforte

Lufthansa introdurrà con il prossimo orario estivo, a partire dal 26 marzo, un nuovo collegamento giornaliero tra Napoli e Francoforte. Salgono così a due i voli diretti tra il capoluogo partenopeo e la capitale tedesca del business, da dove i passeggeri avranno la possibilità di raggiungere ben 216 destinazioni in 83 Paesi nel mondo. I collegamenti quotidiani Napoli-Francoforte, operati con Airbus A321 nella configurazione 200 posti di Business ed Economy Class, sono stati pensati in modo tale da offrire ai passeggeri coincidenze comode e veloci per le

principali destinazioni in tutto il mondo quali ad esempio New York, Miami, San Francisco, Rio de Janeiro, Singapore ed in Europa per Londra, Parigi, Barcellona, Mosca e molte altre. Il nuovo volo LH 337 decollerà da Napoli alle 6.05 ed arriverà a Francoforte alle 8.15. Il volo di ritorno LH 336 partirà da Francoforte alle 20.45 arrivando a Napoli alle 22.40. "Abbiamo scelto di incrementare i voli da Napoli verso il nostro principale scalo per l'importanza che il capoluogo campano riveste sia per il traffico d'affari che dal punto di vista turistico. Negli ultimi quattro anni Lufthansa ha visto raddoppiare il numero dei suoi passeggeri, ed anche per questo siamo fieri di essere la più grande compagnia aerea internazionale presente a Capodichino – afferma Thomas Eggert, direttore generale di Lufthansa in Italia – Con il potenziamento dei collegamenti diretti tra Napoli e Francoforte, saremo in grado di offrire ai nostri passeggeri un numero ancora maggiore di comode coincidenze verso il nostro esteso network globale con ben 2.800 posti aggiuntivi alla settimana – continua Eggert – Lufthansa, conosciuta nel mondo per la sua affidabilità e per la qualità del suo prodotto sia a terra che a bordo, risulta la scelta ideale sia per chi viaggia per affari che privatamente". "Grazie alla seconda frequenza giornaliera per Francoforte, l'aeroporto di Napoli rafforzerà notevolmente l'offerta per 216 destinazioni nel mondo collegate attraverso l'importante hub tedesco e garantirà ottime coincidenze per tutti i collegamenti intercontinentali Lufthansa – dichiara Marco Consalvo, direttore generale Gesac Spa, società di gestione dell'Aeroporto Internazionale di Napoli – La scelta del vettore di considerare ancora una volta strategico lo scalo di Napoli premia un rapporto consolidato di partnership tra la compagnia aerea e la società di gestione volto a rafforzare il ruolo di primo piano del vettore tedesco sul nostro mercato". Il rapporto tra la Campania e la Germania è sempre più saldo non solo grazie al potenziamento dei voli per Francoforte, ma anche ai tre collegamenti quotidiani per Monaco nonché ai collegamenti settimanali stagionali per Düsseldorf ed Amburgo, operati con aeromobili CRJ-900.

Viaggi dell'Airone punta sul web ed implementa la propria offerta

Restyling del sito su cui sarà disponibile la programmazione dell'operatore

I Viaggi dell'Airone punta sulla rete, 'strumento del futuro', come ripete la product manager Carla De Negri che illustra le novità con cui il tour operator partecipa alla BMT. "Mettiamo a disposizione on line la programmazione Europa, Stati Uniti ed il volo legato al prodotto Disneyland Paris, laddove l'anno scorso proponevamo soltanto i servizi a terra – annuncia De Negri – Dopo la fiera, saranno disponibili sul web anche la programmazione Mare Italia e Turchia. Entrambi questi prodotti sono stati implementati. Per il Mare Italia abbiamo inserito Ischia, offerta in partnership con il Gruppo San Montano, La Regina, Parco delle Agavi, Villa Svizzera, San Lorenzo.

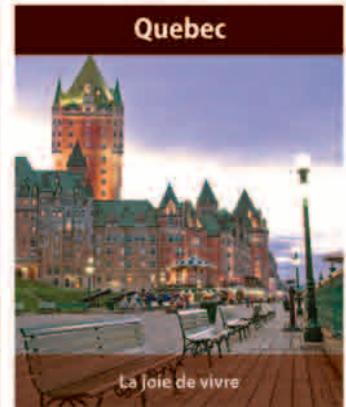
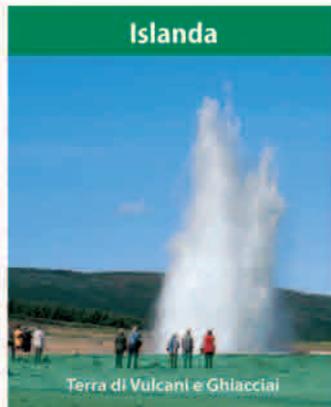
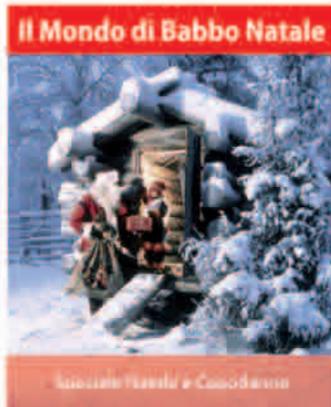
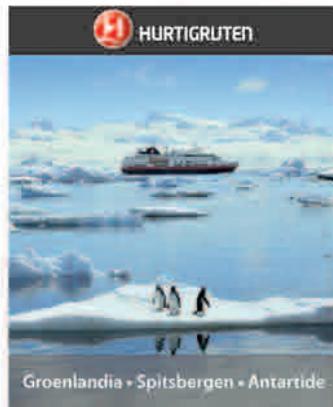
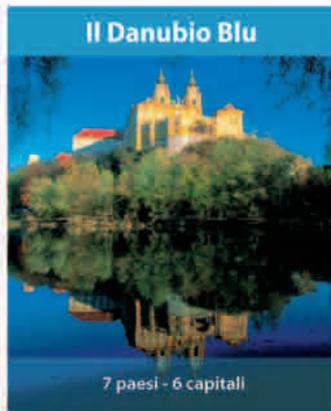
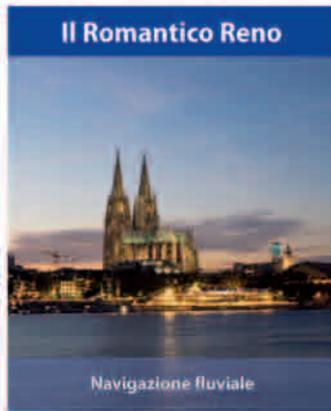
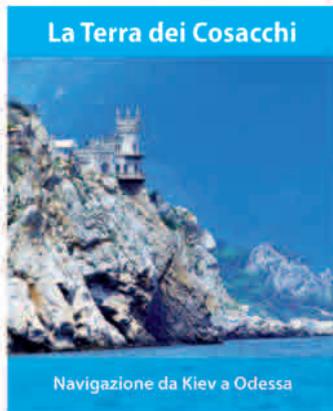
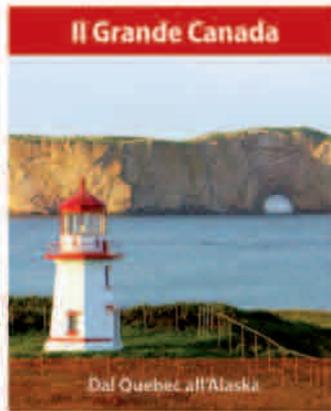
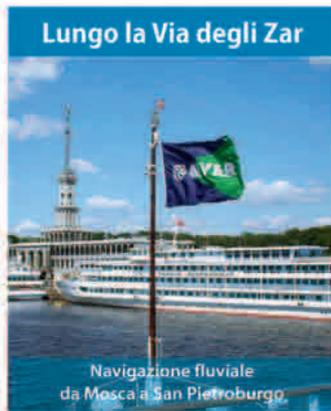
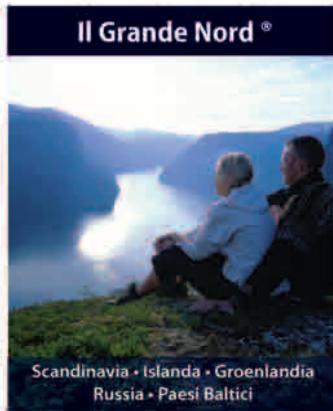
La particolarità di queste selezionate strutture è che hanno il centro Spa e termale, la spiaggia privata e sono situate in punti strategici dell'isola. Per la Turchia, invece, abbiamo aumentato i pacchetti a disposizione". L'anno si è chiuso con un'incertezza tornata all'inizio del 2012, soprattutto per la paura di quanto potrà accadere sul fronte economico. "Le difficoltà sono oggettive e non si possono negare – dice la De Negri – ma anche l'effetto psicologico gioca una gran parte su quest'atteggiamento di incertezza. Consapevoli che il budget della fascia media si è ridotto, comunque, soprattutto per le famiglie, abbiamo studiato un'operazione con Air France che prevede il lancio di pacchetti ad hoc con tariffe molto basse sulla Costa Azzurra. Gli aeroporti di Nizza e Tolosa sono così raggiungibili da tutta Italia e snodi a loro volta importanti per le nostre destinazioni lungo raggio. Questi scali, insomma, avranno per noi la funzione di veri e propri hub, consentendoci tariffe più contenute". Tornando al web, I Viaggi dell'Airone ha recentemente effettuato un restyling del sito che lo rende più accattivante e vede la presenza del botton down, che permette di prenotare i prodotti con maggiore libertà individuale, in accordo con la filosofia del dynamic packaging. L'operatore ha inoltre lanciato a Roma ed in Campania una campagna pubblicitaria sul lungo raggio e Disneyland Paris mediante affissioni ed iniziative di co-marketing con le agenzie di viaggi. "Il nostro unico interlocutore è l'agenzia, perciò abbiamo sempre un occhio di riguardo per i top partner che danno garanzia di affidabilità e competenza – commenta la product manager del t.o. – In un momento così delicato, è importantissimo collaborare all'insegna della correttezza che prevede una gestione oculata della liquidità a disposizione ed il rispetto delle tempistiche di pagamento".

Valentina Maresca

Q&A Travel Service t.o. Zoomarine

Zoomarine ha il suo tour operator ufficiale: il parco divertimenti a tema marino d'Italia, situato a pochi chilometri da Roma e famoso in tutto il mondo per il suo spettacolo di delfini, ha affidato alla Q&A Travel Service la gestione del marchio ZoomarineTour, che commercializzerà in esclusiva sul mercato italiano proposte di viaggio dedicate alla visita ed alle attività del parco, inserito ufficialmente nel II Polo Turistico di Roma Capitale. "Con oltre 700.000 visitatori solo lo scorso anno, Zoomarine è attualmente uno dei parchi divertimento più importanti d'Europa e senza dubbio il parco a tema marino più amato in Italia: per questo crediamo che la sua realtà turistica abbia le potenzialità per crescere ancora e abbiamo deciso di condividere con il Parco il progetto di un tour operator specializzato che ne promuova al meglio le attrattive sul nostro mercato – spiegano Stefano ed Emanuele Vurchio, titolari della Q&A Travel Service alla guida di ZoomarineTour – Come t.o. ufficiale del parco, in collaborazione con Zoomarine, abbiamo realizzato pacchetti di viaggio con formule per tutti i gusti e un eccellente rapporto qualità/prezzo: si va dalla Family con costo fisso e sconto per i bambini alle proposte personalizzabili, con esperienze speciali all'insegna di sport, wellness, cultura e shopping, fino alle offerte Top Traveler per soggiorni all inclusive e pacchetti vacanza a tema già predisposti".

Un Mondo di Natura



Danimarca • Finlandia • Norvegia • Svezia • Islanda • Irlanda • Repubbliche Baltiche • Russia
Crociere fluviali - da Mosca a San Pietroburgo - Ucraina - Danubio - Reno
Spitsbergen • Groenlandia • Antartide • Patagonia • Canada • Alaska

www.giverviaggi.com

dal 1949



Booking: Tel. 010 57561 (40 linee) - fax 010 590653

info@giverviaggi.com

Il Grande Nord e Hurtigruten

Partenze di gruppo Tel. 010 5756 300 Fax 010 585 010 grandenord@giverviaggi.com	Viaggi su misura: Tel. 5756 200 Fax 010 581 217 individual@giverviaggi.com
--	---

Canada e Alaska

Tel. 010 5756 320
Fax 010 590 653
canada@giverviaggi.com

Crociere Fluviali

Tel. 010 5756 210 - Fax 010 581 217
crociere@giverviaggi.com
Le Crociere fluviali possono essere prenotate con il nostro Booking on line



Rodi

L'idea mediterranea di Eden



L'operatore alla BMT con 25 cataloghi ed una pubblicazione Italia soggiorni brevi

Sono ben 25 i cataloghi con cui Eden Viaggi si presenta alla BMT. A questi si aggiunge la pubblicazione sul nuovo prodotto Italia weekend e soggiorni brevi riservata agli agenti di viaggi. "Abbiamo investito tanto in programmazione anche per la stagione 2011-2012 – dichiara Angelo E. Cartelli, direttore Marketing e Commerciale del tour operator – A provarlo, l'ampliamento della gamma Eden Village, nonché i nuovi cataloghi con le ricche proposte di Margò ed Eden Made. In un momento come quello attuale, siamo convinti che i prodotti dalle maggiori soddisfazioni saranno, anche quest'anno, quelli del-

l'area mediterranea, cioè Grecia, Spagna e Turchia, più Egitto e Tunisia, che stanno facendo di nuovo la parte del leone, avvicinandosi di molto ai numeri storici cui eravamo abituati. Puntiamo molto, inoltre, sulla parte incoming del nuovo prodotto Italia weekend e soggiorni brevi, sul quale si potranno sviluppare numeri molto importanti in modo da ridare valore a questo segmento di business". Il tour operator ha chiuso la stagione 2010-2011 con un fatturato complessivo di 362 milioni, in crescita dell'11% ed in attivo nonostante quanto accaduto in Egitto e Tunisia, destinazioni che rappresentano il 30% del fatturato di Eden Viaggi. "Abbiamo sacrificato qualcosa sul margine per concentrarci sul mantenimento delle quote di mercato – dice Cartelli - Lo scorso anno le vendite partirono velocemente ed intorno a dicembre la nostra crescita si attestava intorno al +25%. Poi i fatti di Egitto e Tunisia fecero calare notevolmente le prenotazioni. La stagione invernale ha visto un intensificarsi delle prenotazioni sotto data ma una sostanziale tenuta in termini di partito, anche se si è venduto con prezzo medio non allineato ai budget, per cui si soffre una leggera riduzione del margine. Le prenotazioni estive sono partite e ci auguriamo che diminuisca il ricorso al sottodata e si torni a prenotare con anticipo". Buoni i segnali di Pasqua che fanno guardare con fiducia all'estate, con il Nord Africa trainante per le prenotazioni. "In questo periodo le mete richieste sono le località sul Mar Rosso, i Caraibi in genere, i weekend in Italia ed i soggiorni benessere – informa Cartelli - ma anche i tour in Russia ed in Turchia, più Sudafrica, con tour fly&drive in offerta, e Medio Oriente, con la nostra linea di prodotto Eden Made".

Valentina Maresca

Sempre più italiani scelgono gli Usa

Aumenta, nonostante la crisi, il numero di visitatori italiani negli Stati Uniti. Lo scorso anno ha visto un incremento del 6.4%, nonostante un calo a fine anno.

"La flessione del mese di dicembre è certamente legata alla congiuntura – ha dichiarato Massimo Loquenzi, rappresentante in Italia della US Travel Association – e ci aspettiamo un rallentamento rispetto all'anno scorso anche nei mesi di gennaio e febbraio". Le prospettive per il 2012 elaborate dall'OTTI sono comunque di crescita per l'Italia e le indicazioni sono orientate ad un ragionato ottimismo per la primavera e l'alta stagione estiva. Indice delle buone aspettative è anche la nutrita delegazione italiana all'International Pow Wow, il tradizionale incontro tra l'offerta 'made in USA' e la domanda turistica che si terrà a

Los Angeles dal 21 al 25 aprile. "Sono 46 i partecipanti tra cui 32 operatori, 4 incentive house e 10 giornalisti in rappresentanza della stampa specializzata e nazionale" ha dichiarato Danielle Di Gianvito che segue per US Travel Association il reclutamento alla manifestazione. E mentre gli organizzatori comunicano che l'edizione 2012 del Pow Wow ha superato il numero di espositori presente a San Francisco l'anno scorso, Brand USA, il nuovo ufficio del turismo USA annuncia che a Los Angeles presenterà la prima campagna pubblicitaria per attrarre turisti internazionali: tra i primi dieci mercati figura anche l'Italia.



MSC

Quote a partire da
€ 370* p.p.

AL RITORNO, PIÙ DI UNA STORIA DA RACCONTARE

Fai scoprire secoli di storia, civiltà antiche e metropoli moderne, approdi solitari e centri storici brulcanti di vita. Ma anche shopping, incontri e visite guidate per soddisfare la sete di viaggi e cultura. Fai scoprire il Mediterraneo nei suoi angoli più segreti, nei suoi porti più famosi, nelle sue spiagge più belle, proponi ai tuoi clienti una crociera MSC.

UNA CROCIERA MSC LA RICONOSCI DAI DETTAGLI

*Quote individuali, calcolate con la tariffa PRIMA PREMIA su crociere di 7 notti nel Mediterraneo. Sono escluse le quote d'iscrizione e di assicurazione obbligatorie.

PER INFO E PRENOTAZIONI:

Numero Verde
800 672112

BMT

VIENI A TROVARCI AL
PADIGLIONE 6 - STAND 6001-6003



MSC
CROCIERE

www.msconline.com



Toh, guarda chi si rivede! Jalel Hebara torna in campo



Risorge la Sprintours che rilancia con un catalogo Tunisia a meno di un anno dall'abbandono

A volte ritornano... poche righe di annuncio accompagnate dalla copertina del catalogo, ed ecco rimaterializzarsi Sprintours, anzi, il suo vecchio condottiero, Jalel Hebara, e il suo cavallo di battaglia, quella Tunisia che tanti euro (e prima le lire) aveva prodotto negli anni scorsi, prima della resa, datata meno di un anno fa.

Ora la resurrezione dalle ceneri, spiegata in due parole che annuncia la 'ripartenza': "Definita la fase di ristrutturazione e riorganizzazione, dopo il dissesto dovuto alla crisi finanziaria mondiale e in particolare alla Primavera Araba che ha comportato il crollo del mercato per le destinazioni Egitto e Tunisia che rappresentavano il 65% del suo fatturato, Sprintours riprende l'attività grazie alla volontà e alla determinazione del suo fondatore Jalel Hebara, della sua famiglia e di un team di collaboratori di alto livello professionale. È stata costituita la Newco Medinvest che con l'affitto del ramo di azienda Sprintours riprende un marchio con 25 anni di storia e ripropone il meglio della Tunisia. Hebara intende così confermare la Leadership su questa destinazione con una importante programmazione di ottimo livello di ho-

tels e di vettori aerei, per garantire la qualità che da sempre ha contraddistinto Sprintours, con l'obiettivo sin dall'autunno 2012 di offrire una più ampia scelta di destinazioni mirate".

Isola di Djerba, Porte el Kantaoui, Mahdia, Hammamet e Tour delle Oasi sono gli assi nella manica per la rentree, ora bisognerà vedere come la 'novità' sarà accolta dal mercato che, in quanto a fiducia, ultimamente ha penalizzato chi viaggia portandosi appresso un simbolo di peccato. *AdP*



Sfida di Viaggi del Mappamondo a concorrenza web e fai da te



Cifani, Fiormonti, Mele e D'Eredità

Operazione Datour: l'operatore mira all'ampliamento lungo raggio all'insegna del tailor made

"Abbiamo affittato Datour Srl e i relativi marchi (Gruppo DT, Dimensione Triade, Igiesse, Australia For You e Sudafrica For you) e domini internet, con la prospettiva di un acquisto al termine di un anno, qualora si verificassero auspicabili condizioni procedurali". Così Andrea

Mele, presidente e a.d. di Viaggi del Mappamondo Srl, ha spiegato nei giorni scorsi l'operazione che ha visto protagonisti le due importanti realtà italiane del turismo organizzato. Ben 11 professionisti, precedentemente licenziati dalla Datour, sono stati assunti da Viaggi del Mappamondo garantendo la continuità operativa agli agenti di viaggi che potranno contare, oltre che su un unico interlocutore

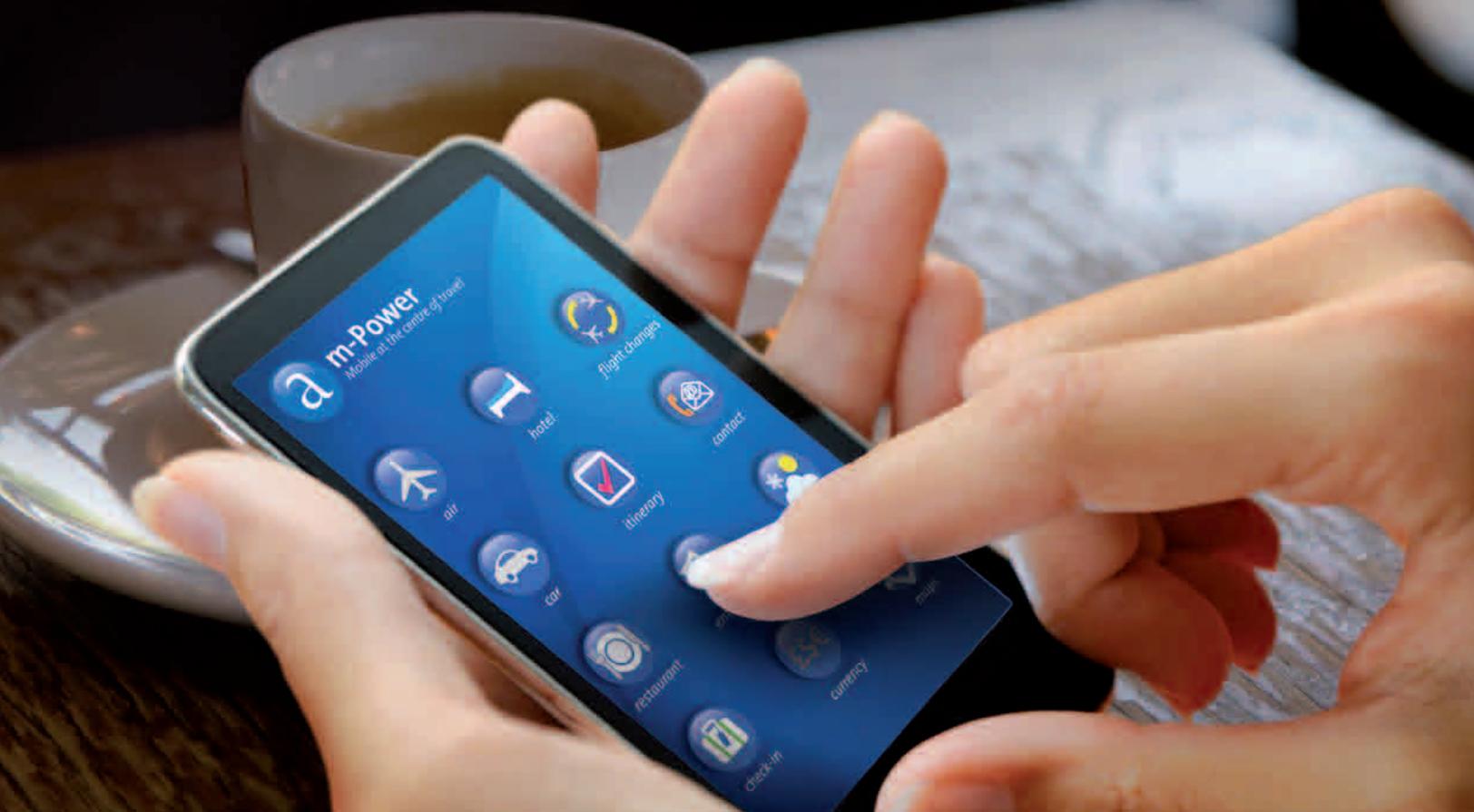
per prenotare viaggi tailor made in buona parte del mondo, (Emirati Arabi, oceano Indiano, Africa, Australia, Polinesia e Sud Pacifico, Brasile, Messico, Cuba e tutto l'Estremo Oriente) su una più capillare forza commerciale con 13 sales promoter.

"Vogliamo garantire totale continuità dei marchi inglobati - ha spiegato Mele - quindi tutte le prenotazioni e i contratti stipulati andranno avanti: dal 1° novembre 2012 inizieremo a mettere in atto le novità su cui stiamo lavorando". Con questa operazione, Viaggi del Mappamondo prevede un aumento del volume d'affari dai sette ai dieci milioni di euro per il primo anno. "Quella sul lungo raggio tailor made - ha sottolineato Mele - è l'offerta turistica che trova ancora spazio in un mercato sempre più minacciato dalla concorrenza di internet e dei viaggi fai da te, e che richiede la garanzia di un'affidabile ed esperta organizzazione composta da professionisti".



m-Power

Mobile at the centre of travel



Fai “viaggiare” la tua Agenzia di Viaggi anche su mobile.

Vieni a provare la nuova applicazione Amadeus m-Power.

Metti al centro del tuo viaggio innovazione ed esperienza.
Vieni a conoscere e provare la nuova applicazione **Amadeus m-Power**, dedicata agli Agenti di Viaggio che vogliono far “viaggiare” i propri clienti anche su mobile.

Ti aspettiamo dal 30 marzo al 1° aprile alla BMT - Fiera di Napoli

STAND N. 5137/40 PAD.5

amadeus
Your technology partner

La crociera non conosce paura RCCL al top delle preferenze



di quelli potenziali la vacanza in nave non desta preoccupazione, anzi è stimata più sicura delle altre. La credibilità della crociera è minore per il 13,4% dei crocieristi e il 16% dei non-crocieristi. La ricerca non evidenzia un'opinione negativa neanche in Italia. Solo il 13% dei crocieristi e il 15% dei non-crocieristi non ripone fiducia nella crociera, mentre quasi un italiano su due tra i repeaters ritiene la crociera sicura. Un risultato che si ritrova anche nei potenziali crocieristi che hanno espresso affidamento al 39 per cento. Oltre alla sicurezza, l'indagine ha valutato il richiamo esercitato dalla vacanza in nave. Ad esprimere interesse verso la crociera non solo i repeaters, ma anche da coloro che non l'hanno mai fatta: l'87% dei crocieristi e il 70% dei potenziali vede nella crociera un'alternativa di vacanza da prendere in considerazione. I risultati riflettono la situazione del mercato: in Nord America e in Australia la crociera è una delle prime scelte di vacanza, mentre in Europa ha un peso minore, anche se il 60% dei non-crocieristi (UK + EU) valuta l'ipotesi di una vacanza in crociera. L'ultimo aspetto esaminato riguarda le compagnie: Carnival Cruise Lines, Royal Caribbean International e Princess Cruises sono i marchi più noti nel mondo. Alla domanda "Con quale fra le compagnie

Sicure e competitive. Gli ultimi avvenimenti non sembrano aver scalfito l'attrattiva che le crociere esercitano sul pubblico mondiale. È quanto emerge dalla ricerca Global Consumer Sentiment condotta da Psb - Penn, Schoen & Berland Associated, Inc. per conto di Royal Caribbean su un campione rappresentativo della popolazione mondiale - crocieristi e non crocieristi dai 25 ai 75 anni - fra il 20 e il 29 gennaio 2012, cioè una settimana dopo il naufragio di Costa Concordia all'isola del Giglio. Dato che l'analisi è stata effettuata su scala globale, l'Italia è rientrata nel cluster Europa insieme a Germania, Francia, Spagna e Norvegia, senza il Regno Unito che rappresenta un panel a sé stante. Per quanto riguarda la sicurezza, un tema molto discusso in questi mesi, l'89% dei crocieristi e l'82,6% dei non-crocieristi ritiene le crociere sicure. Inoltre il 50% dei crocieristi e il 39,2% dei non-crocieristi le reputa più affidabili di altre tipologie di vacanza. Di contro il 7,8% dei crocieristi e il 17,2% dei non-crocieristi le considera meno sicure. Se si restringe il campo all'Europa, la situazione non cambia di molto. Per il 45,6% dei crocieristi e il 30,4%

Ricerca Global Consumer Sentiment per tastate polso ed emotività del mercato dopo il Giglio



di crociera indicate preferiresti partire nei prossimi due anni?" Royal Caribbean International risulta al primo posto nelle preferenze a livello mondiale: per l'81% dei crocieristi e il 70% dei non-crocieristi europei (UK + EU), per l'87% dei crocieristi e il 79% dei non-crocieristi canadesi e americani e infine per il 90% dei crocieristi e il 92% dei non-crocieristi sudamericani.

Giulia Gorgazzi



Nuove partnership, network
più ampio e tutto il mondo
a portata di mano!

Vieni a scoprire
le novità airberlin.

Ti aspettiamo alla BMT
PAD 6 – Stand 6088/6089

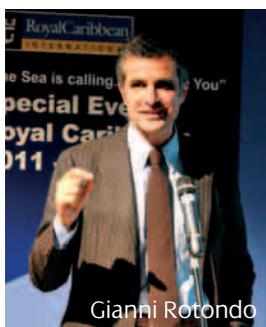


NIKI Partner of
airberlin

airberlin
Your Airline.

Prenotazione sempre più facile per le crociere Royal Caribbean

Investimenti sulla distribuzione per rispondere alla ripresa di interesse per il prodotto



Gianni Rotondo

“Prima dell’incidente dell’isola del Giglio noi stavamo assistendo a una crescita vorticoso. Ora, dopo un rallentamento iniziale, registriamo un incremento del 40%, rispetto all’anno scorso, anno in cui abbiamo raddoppiato i volumi. Siamo quindi soddisfatti e fiduciosi, perché il mercato è pronto a ripartire”. Così il direttore generale di Royal Caribbean Italia commenta i risultati della ricerca Global Consumer Sentiment sulla percezione della crociera da parte del mercato. L’Italia in particolare rappresenta il quinto mercato mondiale con 800mila persone trasportate nel 2011. Un incremento reso possibile dall’introduzione di servizi dedicati alla clientela nostrana, come il personale madrelingua, la cucina e i turni per la cena posticipati.

“Inoltre – sottolinea Rotondo – offriamo navi diverse dai nostri concorrenti: nate per i Caraibi, in cui la vacanza si consuma in nave, le nostre imbarcazioni hanno aree comuni più grandi e articolate con un rapporto di 40 metri quadri a passeggero. Abbiamo inoltre scelto di servire i principali porti italiani (Civitavecchia, Venezia e Genova, Bari e Messina) ma di non inserire mai più di due scali

italiani per crociera, altrimenti faremmo una circumnavigazione dell’Italia”. Verso la distribuzione c’è un investimento continuo: “Il 94 per cento delle crociere è venduto tramite agenzia, che in questo caso svolge anche un servizio. Per favorire la vendita, oltre a estendere la rete commerciale capillarmente sul territorio, abbiamo realizzato un sistema di prenotazione più facile, un call center che garantisce la risposte entro i primi 30 secondi nel 97 per cento dei casi e un innalzamento del regime commissionale in linea con i concorrenti”. Internet ha tolto o ridotto molti prodotti alle agenzie, ma può essere usato per migliorare il servizio e conquistare clienti: “Il marketing online produce traffico sul sito che poi viene girato alle agenzie con un sistema di geolocalizzazione. Inoltre possiamo incrociare i nostri database per realizzare dei mailing che portano potenziali clienti alle agenzie” conclude Rotondo. In vista dell’estate, la compagnia ha pianificato, su tutto il territorio nazionale, una serie di incontri con gli agenti di viaggio per presentare il prodotto nel Mediterraneo e nel Nord Europa, ai quali si sommeranno da maggio le visite delle navi. G.G.

MSC Crociere: attesa per Divina Nel 2013 arriverà anche Preziosa

La Compagnia di Gianluigi Aponte prosegue nel piano di espansione della flotta



Divina

Maggio è vicino ed a bordo di MSC Divina si lucidano gli ultimi oggetti in vista del varo previsto a Marsiglia il giorno 26. La terza nave ammiraglia della classe Fantasia di MSC Crociere, sarà protagonista di una cerimonia in grande stile, alla presenza della sua madrina Sophia Loren. La nuova ammiraglia da 140.000 tonnellate, sarà lunga 333.30 m, alta 66.80 m e avrà una capacità di 4.363 passeggeri per un totale di 1.751 cabine (100 in più di quelle a bordo delle sue gemelle MSC Fantasia ed MSC Splendida). MSC Divina, così chiamata in onore di Sophia Loren, icona del cinema italiano e madrina della flotta di MSC Crociere, sarà elegantemente rifinita seguendo il tema delle divinità. È stato annunciato, infatti, che i 18 ponti della nave (13 dei quali riservati ai passeggeri) avranno i nomi delle divinità dell’Antica Grecia: Urano, Afrodite, Aurora, Giunone, Artemide, Zeus, Mercurio, Cupido, Iride, Minerva, Apollo, Saturno, Elios. A bordo, ci sarà una novità che donerà alla nave un’atmosfera ancora più ‘magica’: si tratta dell’aft Garden Pool a poppa, disegnato e decorato come una volta paradisiaca, per ricercare il relax assoluto e perdere lo sguardo nella bel-

lezza del tramonto. Altra novità la suggestiva ‘Piazza del Doge’, un’area di 1.200 mq nel cuore della nave che ospita una caffetteria e boutique illuminate da una preziosa cupola stellata. MSC Divina, la nave da crociera più evoluta del trio Fantasia, presenta modifiche tecniche innovative che includono motori a propulsione più potenti, da 21.8 MW (rispetto al 20.2 MW su MSC Splendida), nuovissimi tipi di alternatori e modernissime macchine refrigeratrici HVAC. La nave sarà dotata, inoltre, di un nuovo sistema ad osmosi inversa per la produzione di acqua dolce, garantendo così un risparmio energetico del 40% ed un minor impatto ambientale. Ma le novità per la Compagnia di Gianluigi Aponte non finiscono qua. Mentre MSC Divina sta per mollare gli ormeggi, all’orizzonte si staglia già la sagoma di un nuovo arrivo: è stato annunciato infatti nei giorni scorsi il perfezionamento dell’acquisto di MSC Preziosa, tredicesima unità della flotta, la quarta appartenente alla Classe Fantasia, da oltre 4000 passeggeri, insieme a MSC Fantasia, MSC Splendida e MSC Divina. È attualmente in costruzione in Francia e salperà sotto le insegne della Compagnia nella primavera del 2013.

Valtur avanti con fiducia

Prosegue secondo i programmi stabiliti l'iter che porterà al bando di gara per Valtur che nello stesso tempo sta portando avanti quindi tutte le attività di natura commerciale ed operativa.

A tale proposito si sottolinea che nelle otto strutture in catalogo per la stagione invernale 2011/12, l'operatore ha ospitato oltre 30.000 clienti, con risultati molto soddisfacenti in termini di customer satisfaction e di performance di vendita. I risultati sono stati infatti superiori del 15% rispetto ai budget preventivati. Lo scorso 20 febbraio, inoltre, Valtur ha aperto le prenotazioni per la stagione estiva e attualmente sono in distribuzione in 7.500 agenzie di viaggio su tutto il territorio nazionale i 400.000 cataloghi con l'offerta dei 14 Villaggi delle linee Magic e V-Club.

"La forza vendite di Valtur, costituita da 21 promotori dislocati sul territorio nazionale, sta lavorando in tutta Italia per promuovere le diverse novità commerciali dell'estate. Saremo presenti alla BMT di Napoli, dove presenteremo anche un manuale – riservato agli agenti

di viaggio – con 40 proposte di tour combinati della linea I Viaggi di Valtur – spiega Carlo Schiavon, Direttore Generale Operations della società – Inoltre nei giorni scorsi abbiamo iniziato la selezione delle risorse destinate ai villaggi, che sta riscuotendo larga partecipazione da parte dei candidati".

La formazione del personale che opererà nei villaggi Valtur nella stagione estiva 2012 si svolgerà durante la Valtur Academy che si terrà in uno dei villaggi della società a metà di maggio.



Per scoprirle tutte,
fai girare il mappamondo

Oltre 175 destinazioni in tutto il mondo.

Chiamateci al numero 06 835 14 955.



Voted Best International
Airline in North America



AIR CANADA 

A STAR ALLIANCE MEMBER 



Gorod - Armenia

Armavia, voli diretti dall'Italia

Partiranno da aprile i collegamenti diretti di Armavia Airlines da Milano, Venezia e Roma per Yerevan, in Armenia. I voli, pubblicati in tutti i CRS, hanno orari comodissimi, in quanto non fanno alcuno scalo ed arrivano a destinazione verso l'ora di cena. Gli aeromobili utilizzati sono gli Airbus A319/320 per i voli da Milano e Venezia mentre per i voli da Roma si viaggerà sul nuovissimo Superjet 100, velivolo di nuova generazione da 75-100 posti, sviluppato da Sukhoi Civil Aircraft Company (SCAC), in collaborazione con Alenia Aeronautica, società del gruppo Finmeccanica. Armavia è la prima al mondo ad utilizzare questo velivolo. La Compagnia ha raggiunto recentemente un accordo con l'Aeroporto di Yerevan 'Zvartnots' dal quale verranno applicate delle condizioni tariffarie più agevolate, che le permette-

ranno di essere più competitiva nel mercato internazionale.

"Siamo soddisfatti delle numerose richieste che ci arrivano dai tour operators Italiani - afferma il rappresentante per l'Italia, Guido Farneti - Siamo stati addirittura costretti ad inserire un aeromobile da 180 posti per il volo diretto su Yerevan da Venezia per riuscire a soddisfare una domanda che è in forte crescita verso questa meta piena di fascino e storia". Sul piano della sicurezza la compagnia ha ottenuto il certificato IOSA (IATA Operational Safety Audit). Malgrado la crisi economica mondiale, l'Armavia Airlines è in forte sviluppo: ha ordinato 3 Airbus A320, 2 CRJ e altri 5 Superjet con i quali intende espandere le proprie operazioni in Europa e in Medio Oriente.

Aprile con i nuovi voli Air Europa

Vento di primavera e di novità per la compagnia spagnola: dal 1° aprile il Sud America è ancora più vicino. Il vettore spagnolo punta con sempre maggiore convinzione verso l'America Latina incrementando la frequenza dei voli da Madrid verso due tra le sue destinazioni di maggiore successo: Lima e Caracas. Dal 5 aprile, con la nuova partenza del giovedì, diventeranno 6 i voli settimanali operati da Air Europa che collegano la capitale madrilenza a Lima, storica città del Perù, gioiello architettonico e culturale di incredibile bellezza. Il 25 giugno verrà poi introdotto nello schedule della compagnia anche il volo del martedì, portando a quotidiani i collegamenti con la capitale peruviana. La novità negli operativi sarà anticipata da una modifica degli orari di partenza: dal 1° aprile il volo Air Europa per Lima decollerà da Madrid in tarda serata, così

da effettuare il lungo viaggio nelle ore notturne e atterrare comodamente in Perù alle prime luci dell'alba. Il vento di novità che soffia su

Air Europa porterà inoltre dei miglioramenti anche nei collegamenti con il Venezuela: a partire dal prossimo 9 aprile, con l'introduzione del volo del lunedì, anche i collegamenti con la sua dinamica capitale Caracas diventeranno giornalieri. Sud America più vicino grazie alle quattro partenze giornaliere dall'Italia (due da Roma Fiumicino e due da Milano Malpensa) e le ancora più comode coincidenze con i voli in partenza dall'aeroporto di Madrid.



Air Canada investe sull'Italia

Italia sempre al centro dell'interesse strategico di Air Canada: la compagnia dal 25 marzo riprenderà i voli non stop, inizialmente su Toronto, che diventeranno giornalieri dal 1° maggio. Successivamente, dal 2 giugno, opererà con un volo aggiuntivo su Montreal 6 volte a settimana. L'offerta di posti sul volo giornaliero su Toronto viene ampiamente rafforzata attraverso il cambio di aeromobile; infatti si passerà dal Boeing 767 all'Airbus A330 che si presenta completamente riconfigurato e con una capacità di 36 Executive First e 228 economy. Per il mercato italiano questo significa metter a disposizione circa 8000 posti in più verso Toronto ma al tempo stesso, verso le 60 destinazioni USA, altrettante interno Canada e verso il resto del network. Le coincidenze sono realmente comode essendo tutto organizzato all'interno dell'unico e recentissimo terminale passeggeri. Sul mercato italiano, Air Canada si conferma vicina ai propri partners commerciali: le agenzie di viag-



gio che rappresentano tuttora il canale di vendita più importante, seguito da quello puramente business e dai tour operators.

I dati a disposizione per il 2012 (fino a giugno) sui booking originanti dall'Italia hanno segno positivo rispetto al 2011 e fanno ben sperare in una stagione che dovrebbe regalare alla compagnia canadese qualche ulteriore soddisfazione, anche se la prudenza è d'obbligo in una situazione economica ancora instabile.

Libera...mente sicuri

ESCLUSIVE FORMULE ASSICURATIVE PER IL TURISMO





Alla scoperta del sud della Francia con i nuovi voli diretti di Air France

Nuove belle opportunità per i clienti per organizzare bellissimi brevi soggiorni nel Sud della Francia

La grande novità consiste nella possibilità di acquistare la sola andata verso una delle destinazioni e di poter poi acquistare, ad esempio, il ritorno da un'altra delle 3 città del sud della Francia. È possibile immaginare un piccolo viaggio, tagliato su misura. Ad esempio, in partenza da Milano è possibile visitare Marsiglia e poi trasferirsi a Tolosa, da dove è poi facile rientrare con un volo diretto Air France, sempre su Milano. Stesso discorso vale anche per Venezia, o per Napoli se si vuole visitare Tolosa e Nizza.

Più semplicemente, si può soggiornare e scoprire per qualche giorno un'unica città, sfruttando la comodità di collegamenti diretti AIR FRANCE, partendo direttamente da Milano Malpensa, Venezia, Roma e Napoli.

Tutto questo, a partire dal **25 marzo 2012**, data alla quale Air France lancia dei nuovi collegamenti diretti dall'Italia verso Marsiglia, Nizza e Tolosa.

Marsiglia è collegata dall'Italia, da Milano Malpensa (dove il volo è attivo con successo già dal mese di novembre 2011) e da Venezia e Roma.

Nizza è raggiungibile dall'Italia con voli diretti da Napoli e Venezia, mentre Tolosa è servita da voli Air France in partenza da Roma, Milano Malpensa, Napoli e Venezia. Nuove belle opportunità quindi per organizzare dei bellissimi brevi soggiorni nel Sud della Francia.

Grazie ad una innovativa politica di riduzione dei costi operativi, AIR FRANCE è in grado di offrire **la qualità dei suoi rinomati servizi, ad un prezzo tutto incluso: con prezzi a partire da 45 euro, tasse incluse, per la sola andata (da 95 euro per l'andata e ritorno).**

È importante sottolineare che Air France mantiene inalterati i prodotti ed i servizi che identificano con successo il proprio marchio sul mercato italiano, ma offrendo un prezzo tutto incluso e senza sorprese.





Su tutti i voli, i passeggeri continuano a beneficiare della qualità di Air France e dei consueti benefits, tutti già inclusi nel costo del biglietto aereo:

bagaglio registrato gratuito, selezione di quotidiani all'imbarco, posto assegnato, bevande e snack a bordo, internet check-in e soprattutto la professionalità del personale AIR FRANCE lungo tutta la durata del viaggio. Solo per fare qualche esempio, ogni passeggero può trasportare gratuitamente un bagaglio in stiva del peso massimo di 23 chili, più un bagaglio a mano fino a 12 chili di peso ed avvalersi dei servizi check-in online o dei terminali di self service check-in situati in aeroporto.

Grazie ad un accordo commerciale, i voli sono tutti in collaborazione con Alitalia.

Sia che si voglia ammirare i colori della Provenza, ammirando luoghi che hanno ispirato i più grandi pittori e poeti, sia che si voglia andare a Tolosa alla scoperta del passato, sulle orme della storia dei Cattari o che si voglia vivere una notte da jet-set a Nizza, tutti gli ingredienti ci sono: i servizi e la sicurezza di una grande compagnia aerea, ad un prezzo veramente interessante e tre bellissime città da scoprire.

Cultura, natura, profumi e colori si mescolano a Nizza, Tolosa e Marsiglia in una miscela unica e inconfondibile. Da soli o con il supporto del proprio agente di viaggi è facile programmare un breve ed indimenticabile soggiorno alla scoperta dei segreti del sud della Francia.

Molte informazioni, in lingua italiana, per scoprire i tesori, gli eventi e la cultura delle città di Tolosa, Marsiglia e Nizza possono essere trovate sul sito di promozione del turismo francese di Atout France: www.franceguide.com

Tutti i dettagli sul programma dei voli, maggiori informazioni e tariffe sul sito dedicato al trade

www.afkl.biz
o su www.airfrance.it



Blue Panorama aumenta le rotte

Partecipazione massiccia alla Borsa Mediterranea del Turismo per Blue Panorama Airlines, Blu-express.com e Distal & Itr Group. Blue Panorama Airlines si presenta all'edizione 2012 della manifestazione partenopea con un programma estivo ben consolidato, soprattutto guardando alla leadership nell'area dei Caraibi. Come già per la stagione invernale, il vettore opererà su tutte le principali isole e destinazioni dell'arcipelago. Cuba, da Est ad Ovest, Repubblica Dominicana, Messico e Giamaica sono le mete della programmazione che verranno presentate durante la rassegna napoletana. La novità 2012 per il lungo raggio è costituita dall'apertura del collegamento diretto per le Seychelles da Milano e Roma, che permette, unico volo, di raggiungere senza scalo dall'Italia la perla dell'Oceano Indiano. Per l'occasione sarà presente

Il vettore con l'Ente del Turismo delle Seychelles per illustrare il collegamento diretto dall'Italia

presso lo stand Blue Panorama Airlines l'Ente del Turismo delle Seychelles. Il medio raggio, che vede nella primavera/estate proprio la sua stagione di massima attività, vede la ripresa dei flussi per l'Egitto e le sue principali destinazioni Marsa Alam, Sharm El Sheik e Marsa Matrouh.

Per quanto riguarda Blu-express, il marchio low cost di Blue Panorama Airlines presenta alla BMT i voli per la Grecia con partenze da Roma per Karpathos e Preveza/Lefkada e da Catania per Heraklion. Altre novità della stagione estiva sono i voli da Catania per Palma di Maiorca e da Bologna per Pantelleria. Infine, ricca come sempre la partecipazione di Distal & Itr Group e Cim Air, i tre Gsa del Gruppo. Lo stand vedrà la presenza di transavia.com, la compagnia area low cost olandese che dallo scorso febbraio ha inaugurato il collegamento da Treviso/Venezia

Prenota prima!
...con PMG paghi il minimo e ottieni il massimo.

CONDOR
inverno

CONDOR

TENERIFE, RENNY, ZANZIBAR, MAURITIO,
MADAGASCAR, CUBA, MESSICO,
REP. DOMINICANA, JAMAICA, ANTIGUA

antepri-ma estate 2012

PALMA DI MAIORCA



Seychelles

per Eindhoven con due voli settimanali che diventeranno tre a settimana a partire dal prossimo 10 aprile; confermati, inoltre, gli operativi da Roma e Milano su Rotterdam. Blu Air prevede invece per la stagione estiva nuovi voli da Venezia per Bucarest e, per Bacau, due operativi a settimana; quattro invece i voli previsti da Bergamo per Bacau.

Fra le novità delle compagnie aeree rappresentate da Distal si ricordano anche Eritrean Airlines, con il volo per Asmara in partenza da Fiumicino che passa da due a tre voli settimanali, mentre Ukraine Airlines International conferma sei voli settimanali da Roma su Kiev e cinque invece sono i collegamenti settimanali confermati da Milano per la capitale dell'Ucraina, con possibilità di voli di collegamento con Lviv (Leopoli) e tutte le altre città del loro network.



Tabella Comparativa

- preventivi del 15 marzo 2012 -

Esempio su un viaggio della durata di 15 giorni

Solo Assistenza e Spese mediche per un adulto di 40 anni

SOCIETÀ e PRODOTTO	MONDO			USA/CANADA		
	Massimale €	Giorni di Ospedalizzazione	Tariffa	Massimale €	Giorni di Ospedalizzazione	Tariffa
AXA Assistance • Tripy HEALTH CARE	1 milione	Illimitato	€ 96	1 milione	Illimitato	€ 109
Europ Assistance • Viaggi no stop <i>(proposta personalizzata)</i>	€ 500.000	Illimitato	€ 98,40	1 milione	Illimitato	€ 122
Filo Diretto • AMI easy personalizzata	€ 500.000 <small>(ridotto a 300.000 se la struttura non è convenzionata)</small>	Illimitato	€ 95	1 milione <small>(ridotto a 300.000 se la struttura non è convenzionata)</small>	Illimitato	€ 131
Mondial Assistance • Globy rosso	€ 155.000	100	€ 96	Illimitato	100	€ 145

AXA Assistance cambia le regole del gioco

Nuove caratteristiche, nuove prestazioni per le polizze Tripy by AXA Assistance

Da oggi le Agenzie di Viaggio potranno gestire i sinistri dei propri clienti direttamente on-line attraverso un nuovo portale completamente interattivo

In più, soppresso il limite della ospedalizzazione di 120 giorni sulle spese mediche

Inoltre sulle polizze "Tripy 360" e "Tripy Health Care" l'esclusiva e innovativa caratteristica dell'annullamento senza giustificativo

Resta l'impegno a gestire i sinistri in 15 giorni e ad incentivare le Agenzie più performanti

Per tutti i dettagli della offerta vai sul sito www.tripartner.it o chiama lo 06.42.115.816 per contattare il commerciale della tua zona

Tutto questo perché siamo



Vieni a trovarci su www.tripartner.it

Grimaldi Lines non cambia strada contro la crisi l'arma del pricing

Confermati i programmi dello scorso anno, dai collegamenti alle tante promozioni

Dopo gli oltre 2.800.000 passeggeri trasportati lo scorso anno, il Gruppo Grimaldi conferma i suoi programmi per il 2012 che vedono al centro dell'azione tutte le realtà del Gruppo e le loro novità: Grimaldi Lines, leader del trasporto passeggeri nel Mediterraneo Occidentale, Minoan Lines, leader nei collegamenti tra Italia e Grecia, e Grimaldi Lines Tour Operator, che offre pacchetti nave + hotel in Italia (Sardegna e Sicilia), Spagna, Grecia e Tunisia. In particolare Grimaldi Lines conferma un portafoglio di ben 18 collegamenti nel Mare Nostrum tra Italia (comprese Sicilia e Sardegna), Spagna, Tunisia, Marocco e Malta, effettuati con navi cruise ferry di ultima generazione, o con moderni traghetti tradizionali. Anche per il 2012 la Compagnia conferma una politica tariffaria im-

prontata alla differenziazione, con l'obiettivo di garantire un prodotto a misura delle singole esigenze: sono pertanto confermate le tariffe speciali utilizzate con successo nel 2011, tra cui Advanced booking, con sconti fino al 20% per chi prenota in anticipo; Superbonus che permette l'imbarco del veicolo gratuitamente; Superfamily & friends, che garantisce grande risparmio a familiari ed amici che condividono la stessa cabina. Per quanto riguarda l'offerta in termini di prodotto, l'anno appena iniziato si distinguerà per un ricco calendario di viaggi a tema, con proposte di livello per ogni periodo dell'anno. Questi eventi on board vengono organizzati in collaborazione con realtà leader nei loro settori e spaziano dalla cultura al fitness, dalla musica dance al gioco, dal business alla moda.

"Possiamo ritenerci soddisfatti dei risultati raggiunti l'anno scorso e anche per il 2012 le aspettative ad oggi sono positive – ha dichiarato Francesca Marino, Passenger Department Manager di Grimaldi Lines – Ritengo sia stato per noi fondamentale comprendere nei tempi corretti l'importanza della novità e del valore aggiunto, di fronte a una contingenza economica mondiale certamente negativa. Per questo motivo oggi riusciamo a soddisfare le esigenze di un target molto allargato, attraverso un'offerta variegata, flessibile e conveniente".

Il 2011 si è chiuso positivamente anche per Grimaldi Lines Tour Operator, che propone pacchetti nave+hotel nelle più belle località del Mediterraneo a tariffe competitive e per qualsiasi tipologia di clientela (individuali, famiglie, gruppi, studenti, pellegrini, senior, ecc.). Tutti i pacchetti sono prenotabili anche on-line all'indirizzo www.grimaldi-touropoperator.com.

Per il 2012, anche la politica tariffaria di Minoan Lines è improntata al low-cost, con sconti speciali per i camperisti in partenza da Venezia e Ancona: le tariffe abbordabili e gli investimenti in nuove navi hanno prodotto risultati apprezzabili anche per questa Compagnia.

Quelli che tornano: ecco la nuova Livingston

Torna Livingston. A guidarla è Riccardo Toto, figlio di Carlo, fondatore di AirOne. L'hub iniziale sarà quello di Milano Malpensa e la flotta comprenderà inizialmente 4 Airbus A-320/200 per i tragitti a medio raggio e 2 A-330/200 per il lungo raggio. In seguito verranno introdotti quattro ulteriori aeromobili per le tratte a breve-medio raggio e un altro per le tratte più lunghe, per un totale di 8 A-320 e 3 A-330, tutti dotati della nuova livrea blu e verde con gabbiano in coda. Livingston offrirà un servizio tailor-made costruito su misura per il cliente (che potrà scegliere fra una serie di servizi aggiuntivi da acquistare attraverso il web o gestire direttamente in volo), e una forte collaborazione creata con tour operator e agenzie di viaggio, a cui "verrà affidata la vendita del 100% dei posti a bordo". Livingston, che riassume "le caratteristiche di un efficiente vettore low-cost unite a quelle di una compagnia corporate jet",

ha fra i suoi obiettivi un fatturato a regime di circa 250 milioni di euro, con il raggiungimento del pareggio operativo entro 19 mesi dall'inizio delle operazioni. Tutta nuovo il team dei manager che gestirà il vettore; fra loro anche

l'ex vice-direttore del Gruppo Volare Giorgio Valenti con il ruolo di nuovo direttore commerciale. Livingston impiegherà nel primo anno di attività 106 dipendenti e 358 nel secondo, "fino a un massimo di 452 nel 2016", evitando i licenziamenti e anzi riassumendo gran parte del personale in cassa integrazione.

SITO WEB CHIAVI IN MANO PER AGENZIE DI VIAGGIO

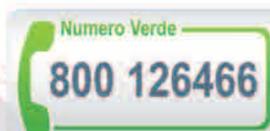
Gestione diretta **da parte dell'agenzia.**
Modulo pacchetti offerte.
Gestionale viaggi nozze online incluso.



SOFTWARE GESTIONALE PER VIAGGI DI NOZZE ONLINE

- Innovazione tecnologica per la tua agenzia di viaggio con un servizio sempre più richiesto dagli sposi.
- Semplificazione delle comunicazioni con il cliente grazie all'interfacciamento con il gateway di invio sms.
- Integrato con i Social Media:  Facebook e  Twitter

Per maggiori informazioni chiamaci al numero verde



oppure visita il sito

Al via la sfida dell'Alta Velocità Dopo Pasqua parte Italo di NTV



Il treno rosso di Montezemolo sta per uscire dalle stazioni italiane, attesa per il debutto

Ormai ci siamo, anche se per vedere entrare il nuovo treno Italo di NTV – Nuovo Trasporto Viaggiatori, bisognerà aspettare qualche giorno in più. L'appuntamento è fissato appena dopo Pasqua. Lo ha fatto sapere Giuseppe Sciarone, amministratore delegato della compagnia ferroviaria creata da Luca Cordero di Montezemolo e da Diego Dalla Valle. "Il servizio sta per partire, manca pochissimo, siamo al conto alla rovescia perché ancora ci sono gli ultimi adempimenti formali con l'Agenzia della sicurezza che dobbiamo completare

– ha spiegato l'a.d. – ma posso dire che qualche giorno dopo Pasqua, ossia dopo l'8 aprile, contiamo finalmente di partire". Italo allora sarà la sorpresa nell'uovo per i viaggiatori italiani. Con i suoi 25 convogli ad alta velocità servirà le dorsali Torino-Milano-Bologna-Firenze-Roma-Napoli-Salerno e Venezia-Padova-Bologna-Firenze-Roma-Napoli.

Il servizio iniziale riguarderà la Napoli-Milano ma nel corso del 2012, come si legge sul sito, i collegamenti giornalieri verranno via via incrementati, fino ad effettuare, ogni giorno, 50 viaggi. In totale saranno servite da Italo 12 stazioni, in cui sarà presente l'assistenza del centro servizi Casa Italo. Il sistema tariffario del trasporto aereo, fanno sapere dalla compagnia, avrà prezzi per tutti, per tutte le tasche e tutte le esigenze.

"Chi vuol comprare via Internet, attraverso il sito o il contact center – informa Sciarone – vede ogni giorno le offerte che ci sono, che vanno dal prezzo base, nei treni più affollati e nelle ore di punta, fino a prezzi ridotti anche del 50% in giorni della settimana e ore del giorno non di massimo traffico. Chiunque vorrà viaggiare con noi potrà trovare la soluzione di viaggio adatta alle proprie possibilità economiche". NTV ha di recente stretto una partnership con Rail Europe che fa sì che Italo possa fare rete con le agenzie in tutto il mondo. Un accordo dedicato ai viaggiatori che risiedono all'estero, che avranno a disposizione oltre 37 mila agenzie di viaggio, 45 siti internet e sei Contact Center internazionali. Dalla fine di aprile i viaggiatori residenti fuori dall'Italia potranno acquistare direttamente nel proprio Paese, attraverso le agenzie di viaggio, le tratte italiane servite da Italo sull'Alta Velocità, e arrivare in Italia con prenotazione e biglietto già in tasca. Grazie alla nuova partnership NTV ha avuto accesso a una delle più estese reti distributive nel mondo dedicate ad agenzie e tour operator. Rail Europe copre infatti cinque continenti attraverso le controllate Rail Europe UK (mercato britannico), Rail Europe Inc (mercato nordamericano), Rail Europe Continental (Europa continentale) e Rail Europe 4A (Asia, Oceania, Sudamerica, Africa). E offre ai propri clienti l'accesso in tempo reale e in valuta locale a una vastissima gamma di offerte, tariffe e promozioni, disponibili e aggiornate 24h/24, con conferma immediata. L'attenzione di Italo per i turisti sarà tangibile a bordo anche per la presenza di personale che parlerà correttamente l'inglese e per un portale di bordo bilingue, dove saranno presenti particolari sezioni dedicate proprio ai viaggiatori stranieri.

Carta Freccia Day: proroga fino al 9 giugno

Viaggiare in treno il sabato costerà ancora la metà, fino al 9 giugno, grazie a CartaFreccia Day. La promozione consente ai titolari della carta fedeltà di Trenitalia di acquistare biglietti a metà prezzo per viaggiare il sabato e accumulare contemporaneamente nuovi punti e ottenere così premi e viaggi omaggio.

La CartaFreccia è gratuita e può essere richiesta online cliccando su Trenitalia.com.

Sono stati oltre mezzo milione i biglietti, a prezzo base ridotto del 50%, venduti dall'inizio dell'offerta, in vigore dall'aprile 2010. Sono numeri che hanno convinto

Trenitalia a prorogare CartaFreccia Day per altre 15 settimane. La promozione resta quindi valida per partenze fino al 9 giugno 2012, ultimo sabato prima del cambio orario. CartaFreccia Day è valida, fino a esaurimento dei posti disponibili, su tutti i treni nazionali, in 1ª ed in 2ª classe, ma anche sui nuovi livelli di servizio Business,

Premium e Standard dei nuovi Frecciarossa. Grazie a CartaFreccia Day il sabato è possibile viaggiare in Alta Velocità tra Roma e Milano a 43 euro, tra Roma e Venezia a 38 euro, tra Venezia e Bologna a 14,50 euro, tra Milano e Torino a 16 euro. Si può andare da Roma a Lecce con soli 31,50 euro e da Salerno a Firenze con 36,50 euro.

AXA Assistance cambia regole per l'annullamento viaggi

Viaggi e assicurazioni, un rapporto in evoluzione. Fra le aziende più attive e con tante novità in serbo, c'è il AXA Assistance, gruppo presente in oltre trenta paesi nel mondo. La società si articola in quattro principali aree di business: auto, viaggi, abitazione e salute, ed è rappresentata da una gamma di prodotti e servizi, adeguati alle esigenze di ogni cliente. Proprio in tema di viaggi, le ultime novità saranno presentate alla BMT di Napoli. "Puntiamo tantissimo – dice Roberto Terragni, responsabile commerciale del Travel in Italia – lanciamo infatti il nuovo portale internet ancora più funzionale e facile con una grafica ed una usabilità evoluta, intuitibile e veloce con meno passaggi. Serve meno di un minuto per emettere una polizza. Lanceremo inoltre sul sito internet www.tripartner.it, la denuncia dei sinistri on-line per agevolare ulteriormente il lavoro delle agenzie di viaggio e facilitare la gestione e la denuncia di qualsiasi sinistro travel".

Ma la novità più importante è un'altra ed è lo stesso Terragni ad anticiparla: "A Napoli lanceremo un prodotto che non esiste in Italia, una esclusiva importante dedicata alle agenzie. Il primo prodotto di annullamento viaggio senza giustificativo. Siamo la prima compagnia che può fare questo. Non occorrerà più giustificare il motivo per cui si annulla il viaggio. Lo scopo di questo prodotto è la semplicità immediatamente comprensibile e che semplifichi al massimo il lavoro in agenzia, molto semplice da spiegare ai clienti, un prodotto assicurativo a tutti gli effetti che scommette sugli agenti senza aumentare il 'prezzo' e senza modificare le provvigioni. (tripy annullamento e Tripy 360)".

Sempre alla BMT, Axa premierà gli agenti che hanno vinto il concorso che si è chiuso il 29 febbraio. "Stiamo lavorando sul nuovo concorso e faremo gare per gli agenti e banconisti durante il periodo estivo". Intanto è stata completata la squadra commerciale con l'arrivo di Giuliana Tamburini nel ruolo di Travel specialist. Un occhio anche alle aspettative della compagnia per questa stagione: "Le previsioni di vendita sono importanti che confermano e consolidano il 1,5 milioni di raccolta premi. Siamo ottimisti sulla percezione dell'importanza del prodotto da parte delle agenzie di viaggio. Siamo già sopra le nostre aspettative rispetto agli obiettivi 2012: circa 1000 agenzie sono già registrate e, viste le novità, le percentuali sono destinate a crescere".

Di tutto questo, Axa Assistance racconterà negli in-

contri con gli agenti e con la campagna pubblicitaria che punta a modificare le regole del gioco. "Il marchio AXA oggi può fare la differenza sul mercato assicurativo. Abbiamo anche deciso sul prodotto assistenza spese mediche, il prodotto più venduto, che avremo un milione di euro di massimale per mondo e Stati Uniti e non ci sarà più il limite ai giorni di ospedalizzazione. Questo, in un mercato come gli USA, è una prestazione importante. Ed anche in questo caso rimane tutto invariato, prezzo e provvigioni". Confermata la carta degli impegni quindici giorni di calendario per la gestione del sinistro.

Antonio del Piano

Rivoluzione nel campo delle polizze travel mentre l'anno della compagnia parte col piede giusto



il portale per TO ed AdV



Giacenze



Mailing lists



Ordini



Tracking

-  multiutenze e livelli di permessi
-  reports ed attestazioni di consegna

-  accessibile ed online 24/7
-  dati e report in tempo reale

www.ttltake.it

{ Ogni giorno trasportiamo Dépliants, Orari, Espositori, Vetrine, Gadget, Materiale promozionale, Documenti di viaggio }

Da oggi possibilità di consegne express in 24 ore.

HEAD OFFICE
Via Risorgimento, 55
20017 Rho (MI)

SEDE di Roma
c/o commercity
isola T/23

T.: +391 02 931991 r.a.
F.: +391 02 9390771
E.: ttl@ttltake.it

Via Portuense 1555
00148 Roma
E.: operativo-roma@ttltake.it

T.: 06 61901908
F.: 06 61901929



logistica per il turismo

Datagest: è crescita continua

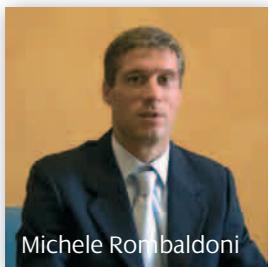
Prosegue anche nel 2012 il trend positivo di Datagest che, in continua crescita, amplia i propri uffici ed investe in risorse umane, fino ad avere 50 persone dedicate. Il lavoro di sviluppo e di innovazione svolto in questi anni, ha premiato la software house pesarese che ha chiuso un 2011 da record e vuole mantenere alti gli obiettivi per l'anno in corso. Aves.net è in continua evoluzione e quest'anno si arricchisce di un modulo specifico per gestire al meglio il complesso e articolato mondo delle offerte dei tour operator.

La possibilità di monitorare in tempo reale l'andamento delle vendite di ogni singolo prodotto, unito alla capacità di realizzare in maniera semplice e immediata offerte mirate, consente di ottenere il massimo risultato con il minimo sforzo grazie a un'interfaccia grafica unica che costituisce il trade

union tra il reparto commerciale, i responsabili prodotto e i reparti operativi in uno scenario che le esigenze di mercato rendono sempre più dinamico.

Aves.net ha portato inoltre il dynamic packaging dentro il gestionale realizzando uno strumento di prenotazione unico nel suo genere velocizzando le operazioni di prenotazione ed eliminando la necessità di fare formazione specifica.

Il software gestionale è sempre più il centro vitale in cui confluiscono tutte le attività di un'azienda, interagendo con channel manager, provider hotel, gds, crm, business intelligence e data warehouse. Come sanno bene gli atleti che interpretano la campagna pubblicitaria 2012 di Datagest, avere un 'centro' stabile e affidabile permette di mettere a segno i colpi migliori in qualsiasi disciplina o attività ed è garanzia di successo.



Michele Rombaldoni

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

Registrazione al Tribunale di Napoli n° 8 del 23 febbraio 2005
Iscrizione al ROC (Registro degli Operatori di Comunicazione) nr 13996

Editore: Angelo De Negri

Direttore Responsabile:

Antonio Del Piano

direttore@ilgiornaledelturismo.com

Redazione: Via Vannella Gaetani, 15

80121 Napoli - tel. 081 7640032

redazione@ilgiornaledelturismo.com

Redazione Roma:

redazione@ilgiornaledelturismo.com

Hanno collaborato:

Valentina Maresca, Giulia Gorgazzi

Edizione e amministrazione:

Progetta Srl

Via Vannella Gaetani, 15 - 80121 Napoli

Pubblicità:

Progetta Srl - tel. 081 7640032

Responsabile Commerciale:

Emanuela Vadacca

vadacca@ilgiornaledelturismo.com

Realizzazione grafica: Simona Postelli

Stampa: Arti Grafiche Boccia Spa

Via Tiberio Claudio Felice, 7 - 84131 Salerno

CSST CERTIFICAZIONE EDITORIA SPECIALIZZATA E TECNICA



A member of IFAIC
International Federation of Audit Bureaus of Circulation

CSST Testata volontariamente sottoposta a certificazione di tiratura e diffusione in conformità al Regolamento CSST Certificazione Editoria Specializzata e Tecnica Per il periodo 01/01/2011-31/12/2011

Periodicità: mensile

Tiratura media: 9.013

Diffusione media: 9.007

Certificato CSST n. 2011-2250 del 27/02/2012

Società di Revisione: PKF Italia



iviaggi dell'airone®



ANNIVERSARIO
UN ANNO DA NON PERDERE

FESTEGGIA I 20 ANNI DI DISNEYLAND PARIS

**CON UNO SCONTO SPECIALE FINO AL 20%
E I BAMBINI SOTTO I 12 ANNI NON PAGANO**

(SOGGIORNO, INGRESSI AI PARCHI, PENSIONE COMPLETA E VOLO)

PRENOTA ENTRO IL 16 APRILE 2012

Offerta soggetta a disponibilità e condizioni e valida per tutti gli arrivi dal 29 marzo al 7 novembre 2012 inclusi, nei 7 Hotel Disney sui pacchetti soggiorno a partire da 3 giorni/2 notti!

BOOKING Napoli 081 412020 - Roma 06 5424881

naturalmente con AIRFRANCE  

DISNEYLAND@IVIAGGIDELLAIRONE.COM • WWW.IVIAGGIDELLAIRONE.COM

i tuoi affari sono insabbiati?



Esci dal bunker* grazie ad Aves.net

Per uscire dalle situazioni difficili occorre utilizzare l'hardware* e il software* giusti, per poter trasformare i problemi in opportunità. Hai mai visto un giocatore professionista estrarre un ferro a caso dalla borsa ed eseguire lo swing* senza aver studiato il percorso, il vento, e calcolato tutte le possibili alternative?

Datagest non ha tralasciato niente per realizzare in oltre **20 anni di lavoro** il **miglior software gestionale per la tua attività**. Progettazione, formazione, assistenza, i migliori strumenti di sviluppo, la migliore tecnologia costantemente aggiornata, le persone più preparate, perché anche nel nostro e nel tuo lavoro i risultati non si improvvisano.

Scopri i nostri punti di forza: interfaccia grafica di prenotazione per "fare buca in tre colpi", collegamento diretto con provider esterni (hotel, transfer, gds), channel manager, applicazioni "mobile", una gestione offerte completamente riprogettata (**novità 2012!**) e tutto quello che ha reso **Aves il software più completo per Tour Operator e Agenzie di viaggi**.

Il mondo è cambiato: lo **swing** autentico è dentro **Aves.net**.

per informazioni: www.datagest.it

