

il Giornale del Turismo magazine

PRIMO PIANO

Mare Italia passa lo straniero

REPORTAGE

Tutto il bello di Lampedusa

Egitto

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

Egitto nel cuore invito a tornare

www.ilgiornaledelturismo.com



A spasso per Parigi. Fino a 54 voli ogni giorno.

La Tour Eiffel, gli Champs-Élysées, il Louvre, la Senna, l'amore, la moda... E per prolungare la vostra avventura vi proponiamo oltre 1.000 destinazioni in tutto il mondo con i nostri partner SkyTeam.

Collegamenti dall'Italia in collaborazione con il partner Alitalia.

Sommario



Editoriale		
5	E mo'? (traduzione: e adesso?)	Angioletto de Negri
In copertina		
6	L'Egitto invita i turisti a tornare	Antonio Del Piano
10	E adesso ammazzateci tutti...	
Reportage		
12	Innamorarsi di Lampedusa	Laura Iannone
14	L'uomo dei sogni... nel blu	Antonio Del Piano
Primo piano		
16	Mare Italia, passa lo straniero	Valentina Maresca
18	Italiani in vacanza: Lombardia, Lazio e Toscana le regioni preferite	
News		
20	Le novità più interessanti dal mondo del turismo	
Attualità		
22	Igita, Italia tra i mercati con maggiore crescita	Valentina Maresca
Tour operator		
23	Onorato approda in MSC Crociere	Antonio Del Piano
24	Amo il Mondo al suo debutto	Valentina Maresca
25	Incentivi Naar ed Ethiad per adv	
26	Anteprima Inverno per Veratour	
Hotel		
27	I prezzi degli hotel tornano ai livelli precedenti la crisi	
Trasporti		
28	Quest'inverno Air France vola anche a PANAMA!	
30	Meridiana potenzia Capodichino	Laura Iannone
31	Nuovo volo KLM da Firenze	
32	Blue Panorama presenta l'offerta e si adegua ai volumi di mercato	
Distribuzione		
34	Travel Software premia le adv	

NOFRILLS
Area Astoi
Stand A30
Fiera di Bergamo
27 e 28 Settembre 2013

www.futuravacanze.it

futura
vacanze

punto di partenza

f t You Tube g+

benessere & relax

neve

IL SOLITO. GRAZIE.



CARNET BUSINESS, LA SOLUZIONE PIÙ CONVENIENTE PER I NOSTRI VIAGGIATORI ABITUALI.

Acquista un Carnet ed intestalo alla tua agenzia o alle tue aziende clienti.

- Carnet Business Small. Pacchetto da 5 biglietti in offerta Carnet con un vantaggioso risparmio rispetto all'offerta Base.
- Carnet Business Large. Massima convenienza, rispetto all'offerta Base, con il pacchetto da 10 biglietti in offerta Carnet.

Il carnet è un pacchetto da 5 o 10 biglietti di sola andata, valido su una specifica tratta in entrambe le direzioni. Disponibile per tutti gli ambienti: Smart, Prima, Club. Il Carnet Business può essere acquistato da un'agenzia di viaggio al nostro portale Agenzie. Se non sei ancora iscritto, contatta Pronto Italo allo 06.36.36.





E mo'? (traduzione: e adesso?)

L'estate è già finita... e salvo per qualche mago del settore che snocciola +8, +10, +15 e +30 di fatturato come se fossero le previsioni del tempo, penso che per come è andata realmente l'estate sia senz'altro meglio affermare che "è già finita". Per noi tour operator, almeno, trattasi di 'Normal Style'.

Questi maghi che non dicono mai su quale entità di fatturato dichiarano questi segnali positivi, destabilizzano ancora di più la già non chiara situazione del nostro mercato. Tra questi non c'è mai chi parla di percentuali negative. Eppure, quei 100 milioni di fatturato in meno dichiarati dalle autorità competenti per i noti disordini in Egitto... chi ha affermato di non averli incassati? Oppure spieghino, dove sono stati capaci di recuperare in pochissimo tempo questo ingente importo di 100 milioni persi sul prodotto Egitto?

Guardando invece in faccia alla realtà di questa stagione, ho notato la concorrenza sleale di alcune Agenzie che per mezzo delle OLTA fanno attività abusiva. Ho visto l'incontrollata concorrenza di Internet e il probabile aumento dell'Iva. Mi sono accorto della scorrettezza di alcuni resort che scontano direttamente ai nostri clienti le commissioni a noi destinate, accettando prenotazioni dirette. Per non parlare dell'ON LINE sempre più agguerrito e senza alcun controllo e per non dire anche del pricing sballato delle biglietterie varie, da quello dei traghetti a quello delle Compagnie aeree con tasse sempre più incontrollate. E della insopportabile crisi che ha attanagliato, ovviamente, anche l'esercito dei vacanzieri, nonché della limitazione del danaro contante nei pagamenti e dei mille adempimenti fiscali accoppiato al "fai da te" e ai reclami sempre accettati dai Giudici di Pace.

È proprio il caso di dire... E MO'?

Mo' incomincia il bello con le nostre incertezze che ci trovano demoralizzati, stanchi e privi di iniziative dopo una stagione a dir poco da dimenticare. Per i tour operator sono tante le problematiche: cataloghi sì, cataloghi no, last minute o advance booking, pacchetti al netto o commissionabili, charter sì, charter no, fornitori di network o distribuzione tradizionale, partecipazioni a tutte le Fiere o solo ad una, commissioni alle stelle (in piena stagione si è arrivati al 18%) per strappare qualche prenotazione o regime standard con incentivazioni. E poi specialista o pluri prodotto, consegnare il preventivo dettagliato per dare seguito all'enorme mole di richieste in ogni sua composizione o dare solo il prezzo finale al telefono. Se ci mettiamo anche che la stagione estiva è arrivata con il massimo ritardo con le conseguenti prenotazioni concentrate in pochissimo tempo... siamo veramente alla frutta.

Anche le Agenzie dettaglianti sono assillate da mille problematiche dopo una stagione penalizzata da mille incertezze: fee o niente fee, aggregarsi ad un network o restare indipendenti per avere maggiore liquidità. Ed in più: prenotazioni all'ultimo momento, clienti che prima di prenotare fanno il giro delle sette chiese mettendo in atto una meschina speculazione, gli amici clienti che vogliono pagare al rientro del viaggio, il reclamo dietro l'angolo, il costo del lavoro e di tutto quanto serve per avere un'agenzia su strada, etc etc.

Alla luce di tutto ciò, cari colleghi ed amici, facciamo come sempre: fidiamoci solo delle nostre forze e di quanto di meglio possiamo ottenere stando magari uniti in ASTOI, da ritenere l'unica Associazione attiva del settore e luogo per scambi di idee, di strategie, di confronti, di conoscenza, di contatti e di visibilità.

Grazie per la lettura.

Angioletto de Negri



Il valore dell'esperienza.

B&T Insurance Service Via dei Cavalleggeri 6, 165 Roma

Tel. +39 06 39378906 • Fax +39 06.39388944 • info@b-tinsurance.it • www.b-tinsurance.it

In copertina

L'Egitto invita i turisti a tornare

L'Ente del Turismo spinge per la revoca dello sconsiglio da parte italiana e mostra agli addetti ai lavori che sul Mar Rosso è tutto tranquillo



Il turismo è la nostra vita, una delle principali forme di sostegno economico ed il suo collasso può rappresentare un duro colpo al futuro del Paese. È il messaggio che arriva dall'Egitto, o meglio ancora dal Mar Rosso, dove i problemi di carattere politico e sociale hanno spinto indietro la risalita dell'incoming locale, successiva ai fatti che avevano portato alla deposizione di Mubarak.

I fatti sono noti: in seguito al nuovo cambio di Governo, con l'ascesa dei generali al potere in attesa di nuove elezioni, il movimento turistico in Egitto ha subito un brusco rallentamento, successivo ai disordini che questa estate hanno interessato il Cairo e le principali città del Paese.

I problemi non hanno riguardato la zona del Mar Rosso che comunque è stata penalizzata dalla si-

tuazione generale, facendo scattare il campanello d'allarme fra i dirigenti dell'ente del Turismo egiziano. Un crollo del Mar Rosso rappresenterebbe un colpo di mannaia per la situazione economica egiziana. È per questo che il Governo guarda con attenzione ai mercati turistici che si sono posti in attesa dell'evoluzione dei fatti interni al Paese. Fra questi, anche il mercato italiano ha optato per la via della cautela. Il 16 agosto, il Ministro degli Esteri ha diramato il warning, lo sconsiglio ad effettuare viaggi in Egitto, anche se c'è da dire che le prenotazioni sulla destinazione erano già in frenata e gli operatori a caccia di riprotezioni per quei clienti che avevano già prenotato un soggiorno a Sharm el Sheikh piuttosto che a Marsa Alam o Hurgada.

A far da contraltare alla situazione è stato il Go-

servizio a cura di Antonio del Piano



Tour operator in stand by

Tutte le partenze per Sharm El Sheikh e Marsa Alam sospese sino al 18 ottobre. Per la destinazione Marsa Matrouh tale condizione è da intendersi valida fino al 29 ottobre. È la decisione di Veratour, seguita all'emanazione dello sconsiglio per i viaggi in Egitto, emanato dalla Farnesina ad agosto. I clienti dell'operatore potranno decidere di annullare i contratti di viaggio relativi alle destinazioni sopra citate, senza applicazione di alcuna penale e richiedendo il rimborso di quanto versato al netto della quota di gestione pratica, come indicato nei cataloghi 'Villaggi Veraclub'. Qualora i clienti volessero procedere ad una nuova prenotazione, Veratour è a disposizione per illustrare le possibili combinazioni di vacanza ancora disponibili. Le partenze per Sharm El Sheikh e Marsa Alam successive al 18 ottobre sono attualmente operative e soggette alle normali condizioni contrattuali. Anche Eden Viaggi ha sospeso le partenze fino al 15 ottobre e fornisce tutte le alternative possibili. Il primo obiettivo, infatti, resta quello di proporre partenze verso altre destinazioni, nei limiti delle disponibilità esistenti. L'operatore fa sapere che resta tuttora valida la disponibilità di valutare insieme ulteriori soluzioni, in accordo con le agenzie di viaggio, previste dal Codice del Turismo e secondo le Condizioni Generali di vendita. Anche le compagnie di crociera hanno modificato gli itinerari. Costa ha deciso di cancellare tutti gli scali in programma in Egitto e le crociere nel Mar Rosso per l'autunno/inverno 2013-2014. Identica decisione era stata annunciata già da MSC.



'Sconsiglio Egitto' a No Frills

Un dibattito che farà il punto della situazione sul caso dell'estate "In ragione del progressivo deterioramento del quadro generale di sicurezza, si sconsigliano i viaggi in tutto il Paese". Era il pomeriggio dello scorso 16 agosto quando il ministero degli Esteri ha diramato questa nota in riferimento alla drammatica situazione che già da alcune settimane stava coinvolgendo la popolazione egiziana. Forse nessuno, però, si sarebbe aspettato che questo 'sconsiglio' avrebbe generato così tanto clamore, diventando il vero caso dell'estate per tutto il comparto turistico italiano ed europeo. Per questo, a Bergamo, durante NoFrills, è in programma un incontro a cui sono stati invitati tutti i player del settore: agenzie di viaggi, tour operator, assicurazioni, compagnie aeree e associazioni cercheranno di fare chiarezza sul passato, proponendo nuove regole per il futuro. Giuseppe Boscoscuero, past president Astoi Confindustria Viaggi, modererà l'incontro a cui interverranno Andrea Costanzo, componente della giunta nazionale Fiavet; Stephane Coulot, ceo Axa Assistance; Marco D'Ilario, chief commercial officer Livingston ed Elisabetta Pavanello, responsabile commerciale Swan Tour. L'appuntamento è per il 27 settembre alla fiera di Bergamo.

verno egiziano, che più volte si è espresso per rassicurare i turisti, garantendo sicurezza nelle zone di maggior interesse e invitandoli a tornare per non lasciare da soli gli egiziani.

La situazione è stata fatta toccare con mano ad una delegazione italiana di giornalisti e tour operator che ha partecipato ad un viaggio stampa a Sharm El Sheikh. "Questa esperienza – spiega una nota dell'Ente del Turismo egiziano – ha consentito loro di constatare con i propri occhi come il Mar Rosso sia tranquillo e sicuro per i viaggiatori". Come hanno spiegato il Ministro del Turismo Egiziano, Hisham Zaazou e il Governatore di Sharm El Sheikh, Generale Khaled Fouda, "non esiste alcun impedimento perché i turisti non possano andare sul Mar Rosso e trascorrere una vacanza all'insegna della tranquillità e della sicurezza. I turisti sono da sempre i benvenuti e saranno in ogni momento accolti dalla grande simpatia e dal calore speciale del popolo egiziano".

L'obiettivo egiziano è quello di arrivare alla revoca dello sconsiglio da parte italiana almeno sul Mar Rosso che, sostengono dalla terra del Nilo, aiuterebbe l'Egitto e i tour operator insieme alle agenzie di viaggio italiane a superare questo momento critico che ha causato ingenti perdite in tutto il settore turistico.

L'invito non è stato ancora raccolto dal Governo italiano, ma in questi giorni si lavora affinché l'intento possa essere raggiunto anche grazie alla mediazione dello stesso Ministro del Turismo Egiziano, impegnato in un tour nei Paesi che tradizionalmente rappresentano le maggiori quote di turisti in entrata nel Paese dei Faraoni.

☎ 081 496 444



Semplicemente conveniente.



RAGGIUNGI COMODAMENTE
LE PIÙ BELLE LOCALITÀ
DEL MEDITERRANEO

FAMILY & FRIENDS
**VIAGGI IN 4
PAGANDO
PER 2***

SUPER BONUS
**L'AUTO
O LA MOTO
VIAGGIA
GRATIS****

- SPAGNA**
- GRECIA**
- TUNISIA**
- MAROCCO**
- SARDEGNA**
- SICILIA**

www.grimaldi-lines.com

E adesso ammazzateci tutti...

Lettera di Elisabetta Pavanello (Swan Tour) a chi spara sulle imprese del turismo ad ogni terremoto, tsunami, guerra o sconsiglio che sia...

Gli invisibili dell'outgoing: quelle decine di migliaia di persone che nel nostro Paese vivono di Egitto. Senza che nessuno di accorga mai di loro... Ora fate una cosa: impiccateci tutti in piazza, tutti in fila, tutti i ladroni, uno dietro l'altro. Poi certamente la catena alimentare si interromperà, molti esseri pre e post-catena moriranno a loro volta, ma almeno avremo dato a tutti la soddisfazione di aver punito come meritavano i ladri, i frodatori. Tutta quella categoria che nell'industria italiana è invisibile, inesistente, quella voce che al Ministero del Lavoro, degli Esteri, o dell'Economia risulta 'n.c.' non classificata, o meglio 'n.p.' non pervenuta, fino a quando, puntuale, arriva la tragedia, la guerra, il cataclisma naturale, in qualche parte remota del mondo, e allora ecco che gli invisibili tornano visibili.

Ma per poco. Solo il tempo necessario per insultarli per bene, sfruttarli al massimo, assicurarsi che con i loro soldi riportino sempre 'i soliti italiani in patria' e farsi belli (il Ministro di turno) alla prima edizione del telegiornale alla faccia loro. Poi possono riscendere nel buio. Con i loro dipendenti, i loro posti di lavoro sempre più precari, i loro depositi di denari in Paesi sempre a rischio, e tutto il settore sempre ben schierato contro di loro. Perché un nemico fa sempre bene.

Fa bene a chi sul conflitto ci vive, ci ha fondato associazioni, tessere, associati, denari, fa molto bene a chi senza conflitti tra addetti dello stesso settore, tra colleghi, non saprebbe proprio come vivere. E gli toccherebbe di inventarsi un mestiere.

Ed ecco allora che la storia si ripete sempre uguale a se stessa: arriva la guerra, il cataclisma, lo tsunami? Attenzione, lo sconsiglio della Farnesina è importante arrivi sempre possibilmente di venerdì, mai prima, altrimenti come assicurarsi di non dover mandare aerei di Stato a riprendere i connazionali? Si sa, di week end ci sono i soliti signori ladri che hanno già pronti, pagati, prenotati, una serie di aeromobili che fanno al caso di tutti. Perché sprecare una simile occasione?

E quindi lo sconsiglio arriva puntuale come il canto del gallo, all'alba di un giorno pochissimo casuale. Ecco che da quel momento tutti si guardano un attimo in faccia, solo il tempo di una strizzata d'occhio, e partono, armati fino ai denti, verso il nemico. Tutto subito, anzi prima, anzi di più. Che fai non rimborsi? Non ti bastano 7 giorni per fare un milione di euro di bonifici in banca? Allora sei ladro. Come, non hai dieci addetti all'amministrazione, tutti in ufficio giorno e notte per fare le verifiche delle prenotazioni,

i conteggi, emettere buoni fare rimborsi e non mi dire che non hai un booking adatto a fare cambi data e destinazione entro 24 ore? No, non ci credo... addirittura non hai un pacchetto Spagna pronto per me al 18 agosto? Come mai? Strano... si vede che sei ladro. Alternativa Grecia? No grazie, o Spagna o niente. Se non avete niente in agosto allora ditelo... incapaci, lenti, disorganizzati, e ovviamente ladri. Che ormai è termine così inflazionato, da suonare alle nostre orecchie un po' come: 'salve, come va oggi?'. Alle orecchie di tutti noi, fornitori e agenzie. E poi puntualissime come sempre, arrivano le associazioni, le faticose associazioni, quelle di cui sopra, quelle che il giorno in cui finalmente il cliente scoprirà che il fornitore così ladro non è, e in cui il consumatore capirà che l'agente di viaggio così ladro non è, quel giorno sarà il loro più brutto giorno. Laddove smetteremo tutti di odiarci, guardarci con sospetto e avere conflitti a iosa, mannaggia anche a loro toccherà di trovare un lavoro... Anzi nella prossima vita, giuro, voglio fare quel mestiere lì: quello di chi ti scrive o ti chiama una mattina e ti dice: 'terremoto? Tsunami? Guerra civile? Ah... vedi tu cosa devi fare, io ti osservo, ti guardo ti controllo, sono qui apposta...'

Nella prossima vita voglio fare quello che osserva... che non rischia un euro, non perde un euro. Mai. Lui osserva, e giudica, denuncia, e soprattutto tessera, tessera, continua a tesserare, più conflitti ci sono in una categoria, più le associazioni tesserano... Fantastico. Abbiamo sbagliato tutto.

E quando una Associazione (quella di noi ladri per capirci) sceglie una linea, non è che l'altra (quella dei dettaglianti) si allinea e dice per una volta ai consumatori: sapete cosa c'è? Hanno ragione e noi faremo uguale, perché il lavoro che io ti ho fatto, caro signor Brambilla, per costruirti un viaggio, per poi smontarlo e per poi cambiarlo, congelarlo, rimborsarlo... è lavoro. È sacrosanto lavoro dell'agenzia che fuori avrà anche scritto 'i viaggi dei sogni', ma dentro ha persone che lavorano e che devono sopravvivere di quell'onesto mestiere.

Nooo, troppo lungimirante, meglio mettersi contro per bene uno all'altro ancora una volta, in modo che il consumatore finale non abbia mai la sensazione di avere un fronte comune davanti a sé. Di onesti grandi, medi e piccoli imprenditori. No, il consumatore deve trovare operatore e agenzia che si insultino uno con l'altro, per portarsi a casa il risultato solo lui... Ma la lungimiranza è un sogno per questo settore. Lontanissimo dall'essere realizzato.

Elisabetta Pavanello

Elisabetta Pavanello





Spiagge così non si vedono tutti i giorni?

PROPONI AI TUOI CLIENTI I CARAIBI DI COSTA.

Con la loro infinita ricchezza e varietà, quest'inverno i Caraibi di Costa non finiranno mai di stupire. Tre itinerari di 9 giorni, con Costa Magica e Costa Mediterranea, fra il mare e la natura indescrivibile delle Antille, con le novità di Dominica e St. Kitts. E tanti comodi voli da diverse città italiane. Scegli il meglio per i tuoi Clienti. Scegli i Caraibi di Costa.

www.costaclick.net

ECCO UN ESEMPIO:

LE PERLE DEL CARIBE CON COSTA MAGICA

9 GIORNI a partire da **€ 1.231** p/p

INCLUSI VOLI DA/PER MILANO, TASSE PORTUALI, AEROPORTUALI E D'ISCRIZIONE.

Il prezzo non comprende la quota di servizio (€ 8 p/p al giorno), eventuali assicurazione e supplemento carburante. Informazioni su numero e disponibilità posti e limitazioni dell'offerta, Costaclick.net o telefonando al contact center.



Innamorarsi di Lampedusa

Fra mare e natura,
un angolo di paradiso
al centro del
Mediterraneo.
Un'isola dove è difficile
non tornare...

È l'ultimo lembo d'Europa per chi parte e la prima porta per chi arriva. Uno di quei luoghi di cui è impossibile non innamorarsi, un'isola che a guardarla dal finestrino di un aereo che ti porta via, ti fa promettere mille volte che tornerai, per provare a portare via il pezzo di cuore che ci hai appena lasciato. È Lampedusa, uno scrigno della natura ricco di sorprese, buen retiro di chi va alla ricerca del relax e della tranquillità, paradiso di chi è appassionato di snorkeling, punto fermo per chi a tavola ama gustare le mescolanze di culture diverse. Una vera Perla del Mediterraneo racchiusa nei suoi 26 chilometri di costa caratterizzati dalle spiagge di sabbia fine e bianca, dalle numerose calette e dalle spettacolari grotte con i loro faraglioni.

E fra le tante spiagge che fanno di Lampedusa un must del turismo, c'è l'isola dei Conigli, che è stata recentemente votata dagli utenti di TripAdvisor come la spiaggia più bella del mondo. Un luogo che lascia incantati tutti quelli che arrivano e che continua ad affascinare anche quelli che ci tornano.

*servizio a cura
di Laura Iannone
foto di Teresa Celano*



Cala Pulcino

STAGIONE DA SOLD OUT

D'altra parte, la tendenza negli arrivi registrati nella stagione turistica che sta per concludersi è un chiaro segnale del fascino di una destinazione più forte di ogni crisi. Dopo alcuni anni di 'recessione' dovuta prevalentemente alla questione immigrati, nella più grande delle Pelagie si respira aria di soddisfazione. Sarà stato anche per la benedizione del Papa, venuto a far visita all'inizio di luglio, se quest'anno i turisti

Isola dei Conigli



sono tornati a riempire le tante cale dell'isola e le caratteristiche stradine del centro, ad affollare i negozi che espongono le spugne gialle o le riproduzioni in legno di velieri, a scrutare l'orizzonte per assistere al passaggio delle balene o ai giochi dei delfini. E settembre non fa eccezione. "È da tanto tempo che non vedevo così tanta gente su questa isola così bella," osserva una turista, a cui fa eco un commerciante: "Lampedusa affollata all'inizio dell'autunno è un bel segnale per il futuro". I tremila posti letto dell'isola sono tutti occupati, così come gran parte dei residence, e si spera nei favori del clima per prolungare questo momento magico fino a ottobre.

LA SPIAGGIA PIÙ BELLA DEL MONDO

"A darci una grossa mano è stata la pubblicità che ci ha regalato il riconoscimento dell'Isola dei Conigli come spiaggia più bella del mondo - sostiene Tonino Martello, albergatore e amministratore di Sogni nel Blu Tour Operator - Un evento che è stato sfruttato molto bene dagli addetti al settore. Eravamo, infatti, partiti con una programmazione molto più ridotta rispetto agli anni precedenti perché c'era la crisi, ma dopo l'affermazione nella speciale classifica stilata da TripAdvisor abbiamo potenziato i voli dal centro nord Italia. I fatti ci hanno dato ragione e devo sottolineare che se successo c'è stato, è dovuto solo ed esclusivamente all'impegno dell'imprenditoria privata laddove le istituzioni pubbliche hanno continuato a latitare". Qualcuno sostiene che

se Lampedusa vive un settembre magico è perché c'è la crisi del Mar Rosso. "È completamente falso - attacca Martello - Il fenomeno Mar Rosso è attuale, ma noi i voli li abbiamo potenziati già da prima. Non ci risultano riprotezioni su Lampedusa per chi voleva andare in Egitto, nessuno ha proposto come alternativa la nostra isola. Ci siamo proposti noi, dicendo che siamo disponibili a dare una mano, ma nessun operatore ha risposto a questo invito. È pur vero che ci siamo trovati in una stagione così favorevole che sinceramente questo disinteresse ci ha trovato del tutto indifferenti".

Tonino Martello



Cala Pisana



Reportage

UN'ISOLA DA PRESERVARE

Lampedusa è un piccolo gioiello incastonato nel Mediterraneo. Oasi di bellezza e di natura, non certo utile al turismo di massa ma indicata per chi cerca quiete e relax o per chi è amante di tutte quelle attività, sportive e non, che si possono praticare in mare. "L'imprenditore punta sempre a migliorare l'offerta di alberghi e servizi. Purtroppo lottiamo con le istituzioni che sono molto in ritardo rispetto ai programmi di cui si era parlato negli anni clou della crisi dei clandestini. Non possiamo quindi sapere quando saranno pronte le strutture per destagionalizzare". Se c'è qualcosa di cui rammaricarsi, forse, è l'assenza di strutture ricettive di alto livello: "Soddisfare la richiesta legata alla fascia di mercato che sceglie gli hotel a 4 e 5 stelle potrebbe essere una carta vincente per competere con realtà che si trovano con un ricettivo molto più organizzato. Questo forse è il nostro unico cruccio".

UN DONO DELLA NATURA

"Lampedusa ha un fascino particolare - spiega ancora Martello - per cui è meglio salvaguardarla dal

punto di vista naturalistico, lasciando le coste libere, continuando a sviluppare le opportunità legate alle presenze delle tartarughe, delle balene e dei delfini, puntando quindi alla destagionalizzazione. Da marzo e settembre, per esempio, passano le balene. C'è tanta gente che va in giro per il mondo per assistere a questo spettacolo e invece a un'ora di aereo c'è la stessa opportunità. Da noi poi arrivano le tartarughe e si riproducono e il mare è pieno di delfini. L'80% dei bambini che sbarcano sulla nostra isola li vuole vedere giocare con le barche. Sempre meglio che andare ad ammirarli nelle vasche degli acquari". La posizione geografica di Lampedusa è favorevole all'arrivo dei clandestini, ma fa dei regali molto importanti. "I fondali di sabbia bianca, gli unici al centro del Mediterraneo, sono spettacolari. Le tante cale che è possibile raggiungere da terra e da mare, con le loro spiagge, ne fanno un paradiso senza eguali. Sull'isola poi c'è la riserva orientata, la pineta che dà su Cala Pulcino che soprattutto gli stranieri scelgono per i percorsi nella riserva, per il trekking e le passeggiate. Lampedusa, quindi, non è africana e completamente brulla come si pensa".

L'uomo dei sogni... nel blu

La ricetta di Tonino Martello per conquistare l'isola

Dal 2000 traduce i sogni in realtà. Antonio Martello, il Tonino più famoso di Lampedusa, è uno di quelli che meglio combatte le difficoltà causate al turismo da una certa disinformazione legata all'immigrazione clandestina. Non ha mai abbandonato quindi l'abitudine di andare su e giù per l'Italia con



l'obiettivo di portare voli e clienti sulla sua isola e regalare loro... un sogno. Un impegno che oggi viene riconosciuto dal brillante risultato dell'estate lampedusana. Titolare di Sogni nel Blu e prima ancora storico albergatore, Martello dirige il gruppo cui fanno capo tre strutture: l'Hotel Martello, l'Hotel Paladini di Francia e l'Hotel Oasis. Agli ospiti propone ogni anno quello che è il piatto forte locale: spiagge, sole, mare, gastronomia tipica, escursioni a bordo dei battelli che portano i turisti ad ammirare la costa dell'isola, per tuffarsi nelle acque cristalline che niente hanno da invidiare a quelle dei Caraibi ed assaggiare le specialità culinarie preparate a bordo dagli stessi pescatori che li accompagnano. Ora l'attenzione si sposta sulla prossima stagione. Sogni nel Blu non promette grandi rivoluzioni, l'offerta dell'isola è quella di sempre e guai a snaturarla. "Le tariffe non saranno toccate e, con un grosso impegno economico, incrementeremo i voli - anticipa l'amministratore del tour operator - L'anno prossimo avremo in programmazione quattro voli Sogni nel Blu e poi i collegamenti di linea da Roma e Linate. I charter partiranno ancora una volta da Bergamo, Verona, Malpensa e Bologna. Una novità sarà rappresentata dall'incremento dei rapporti con residence, anche perché le camere hotel sono quello che sono. Stiamo aumentando anche il contingente posti letti case vacanze". Per i prossimi mesi chi prenota in bassa stagione avrà sconti particolari. Un'iniziativa dedicata soprattutto ai clienti fidelizzati.

Antonio Del Piano



VACANZE TRANQUILLE

Lampedusa è organizzata per un turismo tranquillo, un'isola che si presta molto per le famiglie e le giovani coppie, dove le 'nottate' non sono previste dal programma. Ed è quello che chiedono i turisti, che cercano il contatto con la natura e non la vita notturna. Per quanti la vedono come un'isola troppo lontana, poco raggiungibile e chissà quanto sicura, Martello risponde: "I collegamenti sono aumentati. Si tratta ovviamente di collegamenti aerei che garantiscono l'approdo in poco più di un'ora dal centro nord Italia. Dal punto di vista della sicurezza, è vero che non c'è l'ospedale, ma abbiamo un poliambulatorio molto attrezzato e un servizio di elisoccorso che in un'ora garantisce un eventuale ricovero a Palermo. Nella stagione delle immersioni, poi, c'è la presenza fissa di una camera iperbarica".

La Romana, Bayahíbe *tutto l'incanto*



Prova l'incanto delle palme che sembrano danzar merengue al soffio della brezza marina, immergiti in acque cristalline, riposati nella calda sabbia e gioca a golf in prestigiosi campi che sorgono in luoghi paradisiaci nel cuore dei Caraibi.



Repubblica Dominicana
Tutto quello che sogni

STAND A-13

Ufficio del Turismo Repubblica Dominicana
Piazza Castello, 25 • 20121 Milano • Tel: 39-02 805 77 81
Fax: 39-02 865 861 • enteturismo.repdom@gmail.com
www.godominicanrepublic.com
www.facebook.com/turismorepubblicadominicana

Mare Italia, pas

Secondo i principali osservatori del settore, la domanda estera ha salvato la stagione

Settembre, tempo di bilanci. Gli accadimenti egiziani ed una situazione sempre più fluida dell'area mediorientale hanno spostato l'ago della bilancia a favore del prodotto balneare italiano? Se non c'è stato un aggravamento della situazione, pare, bisogna ringraziare i flussi stranieri, come testimoniato dai principali osservatori del settore. Federturismo segnala come il 30% degli italiani partito per le vacanze estive abbia preferito le località marittime di Sicilia, Puglia e Sardegna, mentre Aica, sulla base dell'analisi flash agosto 2013, registra un dato moderatamente positivo, corrispondente ad un 4,5% dovuto all'incremento di presenze straniere e ad un risultato finalmente stabile del mercato italiano.

“Secondo i nostri primi dati relativi al mese di agosto, si arresta l'emorragia di turisti italiani che ha caratterizzato il recente passato - ha dichiarato Giorgio Palmucci, presidente di Associazione Italiana Confindustria Alberghi - Il dato generale conferma i timidi segnali di ripresa che il nostro Osservatorio evidenziava già da alcuni mesi. Sul risultato di agosto ha influito positivamente l'andamento del prodotto mare. Da segnalare, oltre alla crescita delle presenze di francesi e tedeschi, il buon incremento dei turisti prove-

nienti dall'est europeo, in primis quelli provenienti da Ungheria e Polonia, fermo restando l'aumento ormai costante dei turisti russi”. Dal fronte di Confindustria, Federalberghi ribadisce il concetto attraverso il suo presidente, Bernabò Bocca: “L'andamento del turismo alberghiero italiano da giugno ad agosto di quest'anno (rispetto allo stesso periodo del 2012) conferma il punto di frenata della crisi. Un risultato storico emerge in relazione alla quota di presenze dei clienti d'albergo che, per la prima volta nella storia moderna delle rilevazioni statistiche, vede il sorpasso della componente estera su quella italiana, attestatesi da gennaio ad agosto rispettivamente al 50,3% per gli stranieri ed al 49,7% per gli italiani”. Le destinazioni preferite dell'estate, quindi, sono le nostre isole maggiori e la Puglia. Particolarmente orgogliosa l'assessore al Turismo della Regione, Silvia Godelli: “Secondo i primi dati riferiti al 2013, la Puglia è al secondo posto tra quelle italiane per arrivi dopo la Sicilia ed al pari della Sardegna, con un incremento del 5%. Merito soprattutto dell'ap-

servizio a cura
di Valentina Maresca

sa lo straniero

peal che la regione esercita nei confronti dei turisti stranieri, una tendenza che di anno in anno si fa più corposa e che ha permesso di compensare il calo della domanda interna, colpita dalla crisi nell'intero Paese". In Sardegna risultano in progresso gli hotel ad Alghero, in Gallura, Costa Rei e Villasimius. I dati vengono dal nuovo sistema di monitoraggio della Regione sulla piattaforma Sired, il Lestru: meglio di tutto, gli hotel dalle 4 stelle in su, in tenuta i 3 stelle. In caduta ancora campeggi e seconde case, mentre sono andati bene agriturismi e B&B; tutti o quasi avrebbero tagliato i prezzi. Il nostro mare, insomma, parla sempre più lingue e non c'è da meravigliarsene, dato lo scarso potere d'ac-

quisto dei connazionali. Sperando che la crisi passi quanto prima, teniamoci stretti questi turisti stranieri sui quali, evidentemente, il Belpaese esercita ancora il suo pur innegabile fascino.

Valentina Maresca

Operatori comunque soddisfatti

Gli operatori non si lamentano del Mare Italia, anzi. "È stata una stagione ottima, che ha premiato i nostri forti investimenti su villaggi e personalizzazione del brand –dichiara Giovina Petrignano, direttore marketing di Nicolaus – L'estate 2013 si è chiusa con un incremento del fatturato pari al 30% ed un raddoppio dell'utile rispetto all'anno scorso. Registriamo 30 milioni di euro solo sul Mare Italia ed una performance molto buona, oltre che sulla Puglia, anche sulla Sardegna, motivo che ci porterà l'anno prossimo a prendere strutture in vuoto/pieno anche in questa regione. Sulla Puglia abbiamo avuto richieste tanto da italiani quanto da stranieri, specie da russi grazie ai voli Bari-Mosca. La crisi egiziana ha avuto un suo effetto più all'inizio che alla fine dell'estate, tanto è vero che la Sardegna, partita in sordina, si è poi ripresa". La promozione dell'estate 2013 viene anche da Futura Vacanze: "La stagione che sta per concludersi ha prodotto numeri positivi che hanno superato le nostre aspettative – aggiunge il direttore operativo Angela Saran – Il bilancio di questa ultima parte ci vede registrare un incremento del 10-12% rispetto allo stesso periodo del 2012 e questo risultato ci dà molta soddisfazione anche sul fronte della marginalità. Le strutture FV Village, FV Club e FV Speciale, raccolte nel catalogo Collection, hanno registrato un incremento di circa il 20%. Buoni i risultati della nostra formula Bingo, che garantiva sconti consistenti a chi prenotava entro il 30 aprile. Questa formula di advance ha generato un incremento di oltre il 50%".



Italiani in vacanza: Lombardia, Lazio e Toscana le regioni preferite

Nel primo semestre del 2013 sono 23 milioni gli italiani che hanno trascorso almeno una vacanza, circa 3 milioni in meno rispetto allo scorso anno, ed hanno effettuato nel complesso 36,5 milioni di soggiorni, stabili rispetto al 2012; a tenere sono state le destinazioni straniere, in aumento rispetto allo scorso anno (da 8,5 milioni a 9,8 milioni di vacanze). Lo rivela un'indagine pubblicata da Isnart Unioncamere sul periodico on line Impresa Turismo. Il bilancio del primo semestre 2013 evidenzia quindi come meno italiani abbiano fatto vacanza, ma chi ha potuto farlo lo ha fatto più volte prediligendo destinazioni straniere.

La scelta della tipologia di destinazione ha fatto emergere due principali tendenze: una netta e maggiore preferenza per le città d'arte straniere (dal 38% dei viaggi all'estero del 2012 al 68% del 2013) a discapito di quelle italiane (dal 39% dei viaggi in Italia del 2012 al 29%) ed una riduzione marcata dei viaggi nelle destinazioni balneari estere (dal 53% del 2012 al 38%).

Lombardia, Lazio e Toscana sono state le regioni preferite per la vacanza in Italia; oltreconfine Francia, Spagna e Regno Unito, per una vacanza all'estero che accorcia le distanze e si fa sempre più europea (81% dei viaggi all'estero nel primo semestre 2013 contro il 74% del 2012). Stabile la spesa sostenuta per la vacanza all'estero (poco più di 1.050 euro) mentre è cresciuta quella per la vacanza in Italia, passando dai 370 euro del primo semestre 2012 ai 470 del 2013. Tra le modalità di prenotazione della vacanza il web si configura come lo strumento principale per organizzare il proprio soggiorno, utilizzato

dal 27% dei turisti che hanno scelto una meta italiana e dal 47% di quelli che hanno viaggiato all'estero. Nello specifico, i grandi portali di booking hanno rappresentato il canale più utilizzato, seguiti dalla prenotazione diretta della struttura ricettiva, da una proposta completa di vacanza e dalla prenotazione del solo viaggio. Oltre il 6% di chi ha prenotato via web ha aderito ad un'offerta di un dealer.

LE PREVISIONI PER SETTEMBRE

Per settembre, mese della vacanza estiva di bassa stagione e dai costi contenuti, sono 6,1 milioni gli italiani di cui è stata prevista la partenza, il 18% in più rispetto allo stesso mese dello scorso anno quando a programmare una vacanza erano 5,1 milioni di persone. Ad aumentare sono soprattutto le vacanze all'estero che raddoppiano rispetto a settembre del 2012, mentre il numero di vacanze in Italia rimane pressoché stabile. Oltre la metà delle vacanze, in Italia o all'estero, avrà come destinazione una meta balneare.

Dopo il mare, le mete italiane più richieste sono in montagna (14%) o le città d'arte (13%); all'estero invece la seconda scelta è quasi tutta per la vacanza culturale (35%). Sicilia e Toscana sono le regioni italiane preferite (accolgono rispettivamente il 12% e l'11% delle vacanze in Italia), seguite da Puglia (9%), Liguria (8%) e Lazio (8%); all'estero Spagna (16% delle vacanze oltreconfine), Francia (13%) e Grecia (10%). Il budget preventivato è di 600 euro per la vacanza in Italia e di 1.100 euro per i viaggi all'estero, tra spese di viaggio, alloggio, ristorazione ed acquisti sul territorio.

Isnart Unioncamere pubblica i dati sul movimento turistico interno nel corso dei primi sei mesi dell'anno. In diminuzione la quota nazionale, crescono i viaggi all'estero

Una giornata in Tunisia

Mattina: In spiaggia a Djerba

Pomeriggio: Visita agli ksour di Tataouine





Alpitour rassicura i clienti dopo il cyber attacco



Dopo il cyber attacco subito, Alpitour tranquillizza i propri clienti con una nota. "L'attacco hacker di cui l'azienda è stata vittima si è limitato alla violazione di un account di un amministratore delle pagine Facebook dedicate ai nostri brand Alpitour, Francorosso, Viaggidea e Villaggi Bravo. Tale attacco – spiega la nota – è stato circoscritto alla parte redazionale, con la pubblicazione, ovviamente senza autorizzazione, di contenuti propagandistici ed in alcuni casi fuorvianti sulle pagine Facebook. Durante le 48 ore in cui è avvenuta la violazione, il Gruppo Alpitour è rimasto in contatto con i propri clienti, che hanno prontamente reagito alla frode commentando per primi gli annunci fasulli e diffidando altri dal prenderne visione, quindi schierandosi

immediatamente in difesa dei brand. Dal punto di vista dei sistemi informativi del Gruppo Alpitour – precisa la nota – non è stata effettuata alcuna violazione, in quanto, attraverso Facebook, non è tecnicamente possibile accedere alle nostre banche dati.

Non è avvenuto dunque alcun accesso ai dati sensibili dei nostri clienti, informazioni queste assicurate con i massimi sistemi di protezione. Le transazioni effettuate online non sono state in alcun modo minacciate, in quanto garantite dai sistemi dei circuiti internazionali di pagamento che adottano misure protettive all'avanguardia. L'azienda in tale frangente – aggiunge la nota – ha allertato immediatamente gli organi di Polizia competente e attivato la procedura ufficiale con Facebook per segnalare il "furto d'identità" e bloccare l'attività illecita. Il controllo da parte del Gruppo Alpitour è stato ripristinato grazie all'intervento dei tecnici Facebook. Di fatto nessuna violazione né attacco è stato commesso nei confronti dei sistemi di Alpitour – conclude la nota – ma solamente nei confronti di Facebook e dei contenuti in esso memorizzati".

Ryanair festeggia i primi voli internazionali da/per Comiso

Ryanair ha festeggiato il lancio dei suoi primi voli internazionali da Comiso (il 22° aeroporto Ryanair in Italia) per Bruxelles (Charleroi) e per Londra (Stansted), che insieme ai voli per Roma (Ciampino) trasporteranno oltre 150.000 passeggeri all'anno e sosterranno oltre 150 posti di lavoro 'in loco' all'Aeroporto di Comiso, con dieci voli settimanali.

L'Antitrust infligge multa di 8,5 milioni di euro alle compagnie marittime

Una sanzione pari a 8,5 milioni di euro. È quanto dovranno pagare, per decisione dell'Antitrust, "le compagnie marittime che in questi anni hanno fatto cartello". Ad annunciarlo è l'assessore al Turismo della regione Sardegna, Luigi Crisponi, che dà anche notizia del piano di 'Nuova

continuità territoriale', il quale scatterà ufficialmente il 25 ottobre 2013. Nei mesi non di alta stagione, la tariffa dei biglietti aerei per Milano e Roma saranno rispettivamente di 69 e 45 euro, mentre sarà limitata ad un tetto massimo inferiore al triplo della stessa nel periodo estivo. "Attiveremo anche una 'Continuità territoriale 2' per favorire il turismo proveniente da aeroporti con minor traffico, ma non per questo meno importanti", conclude Crisponi.

Apri il nuovo NH Hoteles a Venezia da metà 2014

NH Hoteles si prepara a chiudere l'attuale NH Manin di Venezia dal 4 novembre 2013 al 30 aprile 2014 per aprire una nuova struttura. Il 4 stelle 'Collection' di NH Hoteles sarà completamente ristrutturato ed arredato, preservando il patrimonio storico e artistico di Palazzo Barocci,

risalente al XIX secolo e costruito come residenza privata. L'hotel, che un tempo ospitava il teatro lirico Sant'Angelo (uno dei sette teatri lirici di Venezia), splenderà così di nuova luce ed offrirà maggiori spazi per vivere il soggiorno veneziano con eleganza, comfort ed esclusività nel pieno rispetto della sostenibilità ambientale.

La ristrutturazione comprende l'attuale Palazzo Barocci, che sarà ridisegnato ed arredato ex novo, mentre l'ampliamento prevede l'integrazione con un palazzo adiacente in zona San Marco, tra corte dell'Albero e corte Lucatello.

Collegati da un percorso interno, i due edifici costituiranno la nuova struttura, che avrà un nuovo nome e godrà di un ampliamento al piano terra, primo e secondo piano che gli permetteranno di raggiungere una superficie complessiva di 1.050 metri quadri ed avere 15 stanze in più.

Alberto Corti alla direzione di Confturismo

Alberto Corti è il nuovo direttore di Confturismo. "Operativamente non cambia nulla – ha dichiarato – Cambia in termini di esposizione: ora sono a tutti gli effetti il responsabile del settore turismo di Confcommercio". Corti lascia quindi la direzione generale di Federviaggio. "Continuerò a lavorare come ho sempre fatto, dando continuità alle azioni di impulso finalizzate allo sviluppo del settore", ha detto il nuovo direttore che vanta una lunga esperienza in ambito associativo. In passato, infatti, ha ricoperto anche la carica di direttore generale di Astoi. "Come prevede lo Statuto – precisa Corti – il responsabile Turismo di Confcommercio svolge anche la funzione di segretario di Confturismo".

Presentata a Roma l'offerta Francia e Olanda di transavia.com

Presentati i voli transavia.com da Roma per la Francia e l'Olanda. La compagnia aerea olandese, facente parte del gruppo Air France – KLM e rappresentata in Italia da Cim Air, volerà giornalmente da Roma Fiumicino per Rotterdam fino ad ottobre, mentre da novembre fino a marzo del prossimo anno la città olandese verrà raggiunta quattro giorni a settimana. Nantes, in Francia, viene raggiunta da Roma fino a settembre con tre voli a settimana, che diventeranno due a partire da ottobre. Il volo Roma-Lille, infine, effettuato fino a settembre due volte a settimana, tornerà dal febbraio del prossimo anno con lo stesso operativo. "Le agenzie di viaggi italiane sono dei partner molto preziosi per transavia.com – afferma Hester Bruijnicks, head of sales transavia.com – Per questo stiamo lavorando ogni giorno a stretto contatto con loro. I prodotti transavia.com sono infatti disponibili per le agenzie attraverso molteplici canali, in modo da soddisfare al meglio le esigenze degli agenti di viaggi". La flotta di transavia.com, il cui traffico è per il 90% leisure, è costituita da 45 Boeing 737 da 149 e 189 posti. Il vettore vanta una crescita del 33% su Fiumicino nei primi otto mesi del 2013 rispetto al periodo corrispondente dell'anno scorso. In particolare, negli ultimi tre anni, la compagnia aerea ha avuto una crescita del 7% sull'Olanda e del 18% sulla Francia, destinazioni che solo nel 2012 vantano da Fiu-

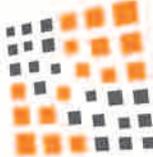
micino, rispettivamente, un traffico di un milione e di 2.700.000 passeggeri.

AXA Assistance si rafforza in Emilia Romagna e Marche

Giacomo Bianchi è l'ultimo ingresso in AXA Assistance, dopo una grande esperienza nelle assicurazioni di viaggio. Il reparto commerciale dell'assicurazione, quindi, si arricchisce di una nuova ed importante risorsa dal valore strategico, grazie ad un consolidato e forte know how acquisito negli anni, come addetto commerciale in molti tour operator di importanza nazionale nel centro Italia. L'ingresso di Bianchi, che riporterà direttamente al responsabile commerciale travel, Claudio Terragni, dimostra ancora una volta l'impegno e la dedizione di AXA Assistance verso le esigenze delle proprie agenzie e dei propri clienti.

Carlo Franchi nuovo country manager Italia di Transhotel

Carlo Franchi è il nuovo country manager Italia di Transhotel. Avanzamento del modello strategico di Transhotel in Italia, continuo accrescimento della quota di mercato e sviluppo delle linee commerciali stabilite dal Piano Strategico 2013-2015 figurano tra i suoi obiettivi. Nel 2012, il mercato italiano ha rappresentato per Transhotel circa il 10% del fatturato globale della compagnia, una percentuale che conferma il Belpaese tra i primi tre mercati mondiali. Durante il 2013, la squadra di commerciali si è rafforzata con tre nuovi account manager ai quali potrebbero unirsi, nei prossimi mesi, altri collaboratori, in modo da coprire efficientemente l'intero territorio nazionale.

tll  Gate
il portale per TO ed Adv



Giacenze



Mailing lists



Ordini



Tracking



multiutenze e livelli di permessi



accessibile ed online 24/7



reports ed attestazioni di consegna



dati e report in tempo reale

www.tlltake.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)

T.: (+39) 02 931991 r.a.
F.: (+39) 02 93900771
E.: tll@tlltake.it


logistica per il turismo



Igta, Italia tra i mercati con maggiore crescita

L'associazione conta solo nel nostro Paese oltre 30 associati tra agenti di viaggi, tour operator e strutture alberghiere



John Tanzella

Tour italiano e tappa romana, presso il Radisson Blu Es Hotel di Roma, per John Tanzella, presidente ed amministratore delegato dell'International Gay & Lesbian Travel Association, il cui compito è supportare le imprese turistiche nello sviluppo di politiche adeguate per il target Lgtb. "L'Italia è uno dei mercati cresciuti più velocemente per il turismo Lgbt nel continente europeo – ha esordito Tanzella – La nostra Associazione, nata nel 1983, ha una rappresentanza in questo Paese dal 2010 e conta solo in Italia oltre 30 associati tra agenti di viaggi, tour operator, strutture alberghiere. I presupposti per una crescita costante ci sono tutti, perché l'Italia ha delle ottime potenzialità". Tanzella è stato l'ambasciatore dell'unica associazione gay ufficialmente accreditata all'Unwto: "Tra i nostri iscritti – ha spiegato – vi sono 4.000 fra consumer e giornalisti che consultano le offerte e le ricerche". L'atteggiamento è quello di chi non si arrende, specie di fronte ai troppi Paesi in cui i diritti delle persone di orientamento differente da quello eterosessuale vengono calpestati e qualsiasi forma di protesta civile sfocia in crudeli episodi di repressione. "Non sconsigliamo

mai la destinazione, un esempio per tutti la Russia – ha dichiarato Tanzella – ma diamo suggerimenti ai viaggiatori su come spostarsi e dove trovare accoglienza per sentirsi benvenuti". Di un Belpaese fortunatamente di segno opposto e pronto al turismo Lgbt ha parlato Alessio Virgili, direttore di Quiiky e co-ambasciatore Igta in Italia. "La società civile è molto più aperta dei suoi rappresentanti politici – ha detto – È ora di accogliere questo target, che ha specifiche esigenze, ma anche di superare sterili etichette che dividono e non aiutano a capire quanto la diversità sia apportatrice di ricchezza". Igta oggi opera in 80 Paesi attraverso ben 2.200 aziende portate innanzi da persone che condividono esperienze di viaggio e di impresa. In un momento non facile per l'economia internazionale, forse vale la pena mettere da parte il proprio provincialismo e rapportarsi ad un target sempre più appetibile perché generalmente connotato da una capacità di spesa medio-alta. Se non vibra la corda umana e civile, insomma, di sicuro è altamente sensibile e quindi interessante quella del puro e semplice business.

Valentina Maresca

Onorato approda in MSC Crociere

Il calcio ce lo insegna, i campioni non legano più la propria immagine ad un solo grande club ma spesso nel corso della loro carriera fanno (in momenti diversi) le fortune di formazioni in perenne competizione fra loro.

Nel settore delle crociere succede la stessa cosa: confermando i rumors di mercato che ne parlavano già da luglio, Gianni Onorato ha assunto l'incarico di Chief Executive Officer di MSC Crociere. Sovrintenderà la crescita della Compagnia dal quartier generale di Ginevra riportando al Consiglio di Amministrazione del gruppo MSC e all'Executive Chairman, Pierfrancesco Vago. Da Costa ad MSC, come dire dalla Juventus all'Inter o dall'Inter al Milan. O dal Manchester United al Manchester City se non dal Real Madrid al Barcellona. Fate voi.

Un cambio di casacca clamoroso, se appena a fine maggio Onorato si trovava in prima linea nel corso de I Protagonisti del Mare, per rispondere alle istanze del mercato.

Poi l'inaspettato addio e la (breve) pausa di riflessione che l'ha portato in Svizzera.

Con alle spalle quasi 30 anni di esperienza nell'industria crocieristica, il neo manager MSC Crociere vanta un'approfondita conoscenza del settore costruita in Costa fra il 1986 e la primavera scorsa, iniziando come Food & Beverage Manager a bordo delle navi e salutandolo da Direttore Generale.

Nel corso degli anni ha inoltre ricoperto diversi incarichi direttivi in associazioni di categoria operanti nel settore turistico e crocieristico. È tra l'altro stato Vice Presidente di ASTOI e membro dell'European Cruise Council, la principale associazione dell'industria crocieristica in Europa, oggi diventata 'CLIA Europe'.

LE PRIME DICHIARAZIONI

Il giornalista Antonio Lubrano direbbe che la domanda nasce spontanea, quindi è inevitabile chiedere ad Onorato i motivi della sua decisione.

"Ci sono momenti nella vita in cui ti viene data l'opportunità di cambiare e bisogna fare una scelta. Non vedo l'ora di iniziare questa nuova, entusiasmante fase della mia carriera – fa sapere – e di cominciare la mia nuova vita a Ginevra, dove vivrò con mia moglie e i miei 4 figli".

Il passato è... passato, quindi ora si guaderà avanti, alle nuove sfide che metteranno MSC Crociere al centro del gioco nella partita che si gioca nel settore delle crociere.

Onorato in questo senso ha già le idee chiare: "L'obiettivo è quello di rafforzare la posizione di leadership di MSC Crociere nel settore crocieristico e



Gianni Onorato

Durano poco le vacanze dell'ex direttore generale di Costa che è già sbarcato a Ginevra nel quartier generale di Aponte. E rivela: nuovi mercati e aumento della flotta nei piani futuri della Compagnia

farò tutto il possibile per rendere gli ambiziosi piani di sviluppo dell'armatore una realtà e per far diventare questa Compagnia ancora più efficace e di successo. Insieme a Vago, il cui stile energico è diventato parte del DNA aziendale, vorrei portare in MSC Crociere lo stesso approccio aperto, diretto e ispirato, che l'azienda conosce già".

Definiti anche i piani nel breve-medio e lungo termine: "Lavorerò per promuovere ulteriormente il piano di crescita della Compagnia. Non ho intenzione di svelare gli obiettivi in questo momento, ma nel lungo termine prevedo per MSC Crociere l'apertura di nuovi mercati e l'aumento della flotta che ci consentirà di diventare un vero e proprio peso massimo nell'arena del settore delle crociere".

Che tipo di cambiamenti si aspetta Onorato da questo suo passaggio?

"MSC Crociere è una società giovane e ciò non significa solo disporre di una flotta ultramoderna, ma anche essere pronti a nuove sfide, ripensare le cose, sperimentare nuove idee. Vorrei anche aggiungere che MSC Crociere, nonostante sia giovane in termini di business delle crociere, vanta un forte e consolidato background di navigazione grazie al gruppo MSC, che naviga gli oceani del mondo da quattro decenni".

Antonio Del Piano



Pierfrancesco Vago

Amo il Mondo al suo debutto



Innovazione nella continuità. È con questo spirito che Amo l'Oriente, divisione di Settemari, lascia il posto al nuovo brand Amo il Mondo, che fa il suo debutto ufficiale a NoFrills con il catalogo sui viaggi di nozze. "Si è trattato di un processo tanto naturale quanto inevitabile – spiega Roberto Servetti, direttore prodotto di Amo il Mondo – Il vecchio brand, infatti, è nato nel 2000 con il catalogo Asia, cui si sono affiancate negli anni molte altre destinazioni, dall'Oceano Indiano al Pacifico fino agli Stati Uniti. Chiaro, quindi, che servisse un rebranding più preciso e tale da raggruppare tutte le nostre mete per evitare confusione".

Si parte, anzi si riparte, dunque, dal catalogo viaggi di nozze, che analogamente agli altri è stato implementato con un prodotto per un target medio-alto. "C'è una sezione 'top six', con le attività migliori da intraprendere, e soggiorni gratuiti per la sposa in Thailandia, più una serie di chicche con una panoramica che offre al cliente un chiaro prezzo, sicché ci si può fare l'esatta idea di quanto realmente si andrà a spendere".

Se a NoFrills saranno protagonisti gli honeymooners di Amo il Mondo, a TTG sarà la volta di Oceano Indiano ed Africa del Sud, a loro volta pure migliorati ed arricchiti. "Abbiamo stretto un accordo con

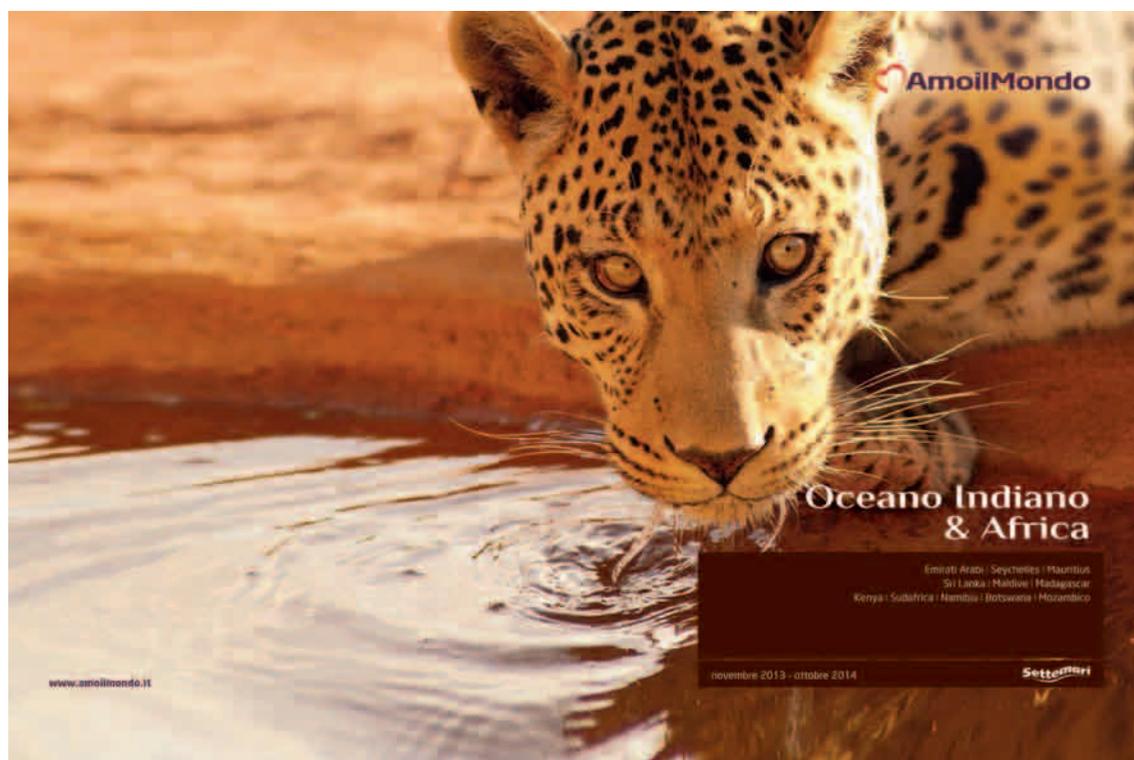
sei strutture Beachcomber a Mauritius – continua Servetti – ed offriamo un maggiore impegno sul Kenya con tour in volo e muniti di guide molto specializzate. Sono stati poi ampliati gli Emirati Arabi con Dubai, inserendo strutture più alla moda. Fondamentale, per questa città, l'accordo stretto con Emirates. Sullo Sri Lanka, invece, ci sono tour su base sia privata che di gruppo ed abbiamo inserito l'estensione mare su costa est ed ovest per chi non ha modo di raggiungere le Maldive, sulle quali per l'inverno proponiamo altre strutture e che, come per altre destinazioni orientali o New York, vedono molti posti presi in allotment".

L'operazione di rebranding terminerà ufficialmente con la BIT, dove l'operatore presenterà i rimanenti cataloghi attualmente firmati Amo l'Oriente con il nuovo brand.

"Amo il Mondo è l'esito di uno sforzo di comunicazione che l'azienda pianificava da tempo, almeno due-tre anni. Esattamente come per il vecchio brand – conclude Servetti – si tratta di una selezione del meglio con un prodotto sartoriale, cucito sulle esigenze del cliente". Prima destinazione per fatturato e prenotazioni è la Thailandia, seguita dagli Stati Uniti che l'azienda vuole portare sullo stesso piano della prima nel 2014.

Valentina Maresca

A NoFrills
il tour operator
piemontese lancia
il nuovo marchio
che prende il posto
di Amo l'Oriente



Incentivi Naar ed Ethiad per adv

A più di un mese di distanza dalla sua presentazione, è stata accolta con grande entusiasmo e partecipazione da parte del mondo agenziale la nuova iniziativa commerciale promossa da Naar Tour Operator, insieme ad Etihad Airways, che premierà le dieci migliori agenzie di viaggio per performance di vendita su Maldive, Seychelles, Sudafrica, Malesia e Thailandia.

Nello specifico, saranno conteggiate le prenotazioni



di pacchetti (volo Etihad Airways abbinato a un soggiorno Naar) effettuate dallo scorso 1° settembre 2013, per partenze previste fino al 15 dicembre 2013 e dal 1° al 31 gennaio 2014.

Grazie alla fattiva collaborazione con Abu Dhabi Tourism & Culture Authority, Seychelles Tourism Board Italy e con il supporto di Etihad Airways, le dieci agenzie che rientreranno in questa esclusiva classifica verranno premiate con uno speciale viaggio alla scoperta di Abu Dhabi, per terminare con un rilassante soggiorno a Seychelles. La partenza degli agenti è in programma a marzo 2014.

Viaggio premio speciale per le 10 agenzie con le migliori performance nella vendita dei pacchetti congiunti



**CARLA - 45 ANNI
PRIMO COMMISSARIO**

**SUL MIO TRAGHETTO SONO
SEMPRE IN MOVIMENTO,
PER ESSERE IL
PUNTO FERMO DI TUTTI.**



TRAGHETTI PER: SARDEGNA, SICILIA, SPAGNA, TUNISIA, MAROCCO



1993-2013
Seguici su Facebook



VIAGGIATE SERENI, CON NOI VIAGGIANO OGNI ANNO 1.678.000 PERSONE.

Con i nostri traghetti tocchiamo 11 porti, percorriamo 3.647 tratte e navighiamo per più di 59.000 ore ogni anno. Grazie a tutto il nostro equipaggio che lavora al meglio per garantirvi sempre sicurezza, qualità e confort. E farvi iniziare nel modo migliore una buona vacanza.

WWW.GNV.IT - 010 20 94 591 - AGENZIE VIAGGIO



Anteprima Inverno per Veratour

Arriva il catalogo con le anticipazioni per i prossimi mesi. Due nuovi Veraclub in Messico e Thailandia

È già disponibile nelle agenzie di viaggio e online, su veratour.it, l'anteprima del catalogo Villaggi Veraclub edizione inverno 2013/2014. L'operatore proporrà una ricca programmazione su destinazioni lungo e medio raggio. Due le novità: il Veraclub Oasis Akumal in Messico e il Veraclub MaiKhao Dream Resort & Spa Natai.

Il Veraclub Oasis Akumal, che nell'ultimo anno ha subito un generale restyling, è un gradito ritorno nell'offerta del tour operator, che raddoppia così la sua capacità ricettiva sulla destinazione Messico per abbracciare anche il target famiglie, avendo già nella programmazione il Veraclub Royal Tulum riservato ai maggiori di 18 anni.

In linea con la politica di innalzamento del livello qualitativo dei servizi e dei villaggi, attuata negli ultimi anni è il Veraclub MaiKhao Dream Resort & Spa Natai in Thailandia. Sarà offerto come Veraclub nel segmento Atmosphaera Resort: una struttura elegante e prestigiosa, 5 stelle lusso, adatta alla clientela più esigente e personalizzata dallo stile inconfondibile di Veratour.

In ambito novità, se ne ricorda una delle più importanti presentata nella scorsa stagione e che trova ampio spazio all'interno del catalogo Anteprima Villaggi Veraclub 2014: il Veraclub El Quseir a Marsa Alam, che ha riscosso un costante successo sin dalla

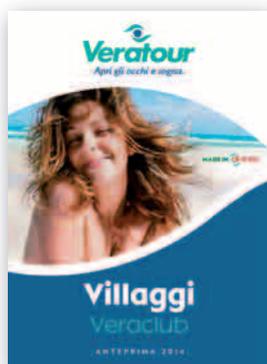
sua apertura.

I Veraclub che esaltano e diffondono lo stile italiano nel mondo si trovano nell'Oceano Indiano a Zanzibar, Kenya, Mauritius e Madagascar; ai Caraibi in Rep. Dominicana, Cuba e Messico; nel medio raggio, in Egitto e alle isole Canarie.

I resort, tutti proposti con trattamento all inclusive o formula club, si rivolgono a target differenti: da quelli particolarmente indicati alle famiglie a quelli riservati a una clientela più esigente fino agli over 18.

Sono previste partenze settimanali dai principali aeroporti italiani. I villaggi sono all'insegna della filosofia del Made in Italy, che caratterizza tutti gli aspetti del prodotto e del servizio: dall'attenzione alla cucina all'ospitalità, dall'animazione all'assistenza, dallo stile all'atmosfera tipicamente italiana.

Fedele alla propria strategia commerciale, Veratour conferma quindi i capisaldi della politica: prima fra tutte la prenotazione Anticipata, che premia con riduzioni fino a 400 euro a coppia; la formula di Vera Trasparenza che tutela il cliente nel caso in cui un'offerta sotto data dovesse essere più vantaggiosa con il rimborso della differenza tra quanto pagato e il prezzo in offerta; infine, la Vera Serenità che non prevede l'applicazione di alcuna penale in caso di annullamento del viaggio entro 60 giorni dalla data di partenza scelta.



I prezzi degli hotel tornano ai livelli precedenti la crisi

Il prezzo medio di una camera d'albergo a livello globale è salito del 2% nei primi sei mesi del 2013 in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente, secondo l'ultimo Hotel Price Index di Hotels.com. La crescita, anche se relativamente contenuta, è in linea con la lenta ripresa delle tariffe registrata sin dall'inizio del 2010 e i prezzi medi sono ora vicini ai livelli del 2006, prima che cominciasse la crisi economica.

Creato su base 100 nel 2004, l'HPI traccia i prezzi effettivamente pagati dai viaggiatori negli hotel di tutto il mondo. L'Indice dei primi sei mesi del 2013 si assesta a quota 111, 8 punti in meno rispetto al picco dello stesso periodo del 2007 e solo 11 punti più alto rispetto al momento in cui è stato lanciato.

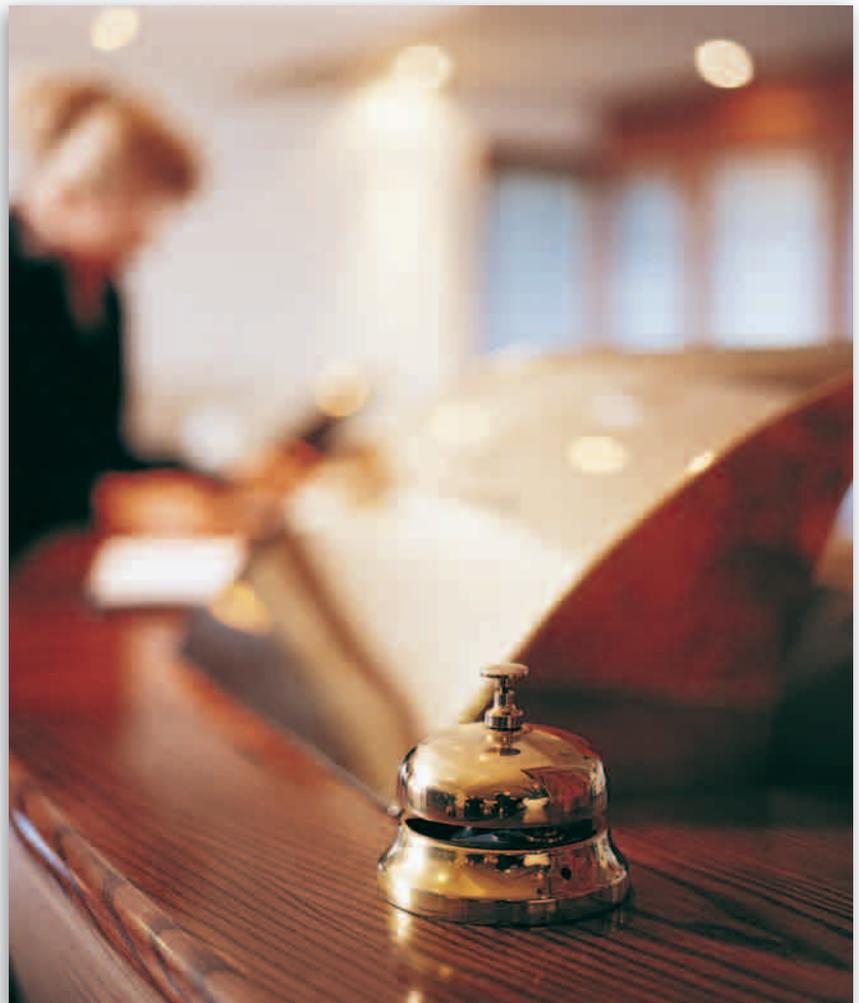
L'America Latina ha registrato la miglior performance da oltre due anni, con una crescita del 7% dei prezzi degli hotel. Aiutati dal rafforzarsi dell'economia degli Usa, il Nord America e i Caraibi hanno registrato performance migliori rispetto alla media globale, con un aumento medio rispettivamente del 3% e del 5%. Nel Pacifico, il calo dell'industria mineraria australiana ha portato ad un crollo nel numero di viaggiatori business, in particolare nell'Australia occidentale, e ad una debole crescita dei prezzi degli hotel dell'1%. Con l'Eurozona in procinto di uscire dalla recessione, i prezzi degli hotel in Europa e Medio Oriente sono rimasti stabili, con un lieve incremento dell'1%.

“Non c'è dubbio che i prezzi degli hotel in Europa siano stati duramente colpiti dalla crisi economica a partire dal 2008/2009”, commenta David Roche, Presidente di Hotels.com - Il fatto che l'Eurozona abbia fatto registrare una crescita nei primi sei mesi del 2013 è segno che la crisi economica si sta attenuando, benché non sia ancora completamente finita. Molte delle destinazioni colpite più duramente dalla recessione hanno visto i prezzi rimanere stabili, mentre alcune hanno fatto registrare rialzi incoraggianti”. L'Asia è stata l'unica regione a far registrare un calo dei prezzi del 2% nella prima metà del 2013. Alcune città all'interno di quest'area hanno avuto buoni risultati, ma l'indebolimento dello Yen e della Rupia, insieme al calo del numero di viaggiatori interni in Cina, ha contribuito a questo risultato. Comunque, i viaggi dalla Cina non hanno ancora risentito del rallentamento dell'economia del Paese e hanno continuato a crescere.

“Un altro fenomeno che ha avuto un grosso impatto

sui prezzi degli hotel è la rapida e importante crescita del numero di viaggiatori internazionali cinesi - continua David Roche - La Cina è diventata ufficialmente il mercato turistico più grande al mondo con una stima, secondo il rapporto 2013 della China Tourism Academy, di 83 milioni di viaggi oltreconfine fatti dai cittadini cinesi. L'Organizzazione Mondiale del Turismo delle Nazioni Unite ha inoltre dichiarato che i viaggiatori cinesi hanno speso 102 miliardi di dollari in viaggi internazionali nel 2012, il 40% in più rispetto al 2011, superando mercati turistici consolidati come la Germania e gli Stati Uniti. I viaggi oltreconfine sono un obiettivo per molti, in particolare per i viaggiatori più giovani con disponibilità economica per viaggiare all'estero”.

Secondo l'Hotel Price Index di Hotels.com, con una crescita del 2% nella prima metà del 2013, le tariffe si avvicinano a quelle del 2006





Quest'inverno Air France vola anche a PANAMA!

- 3 voli settimanali per Panama City dal 25 novembre 2013.
- 25ma destinazione di Air France-KLM, leader europeo in America Centrale, America del Sud e Caraibi.
- Nuova porta d'ingresso di Air France in America Latina, grazie all'importante hub di Copa Airlines all'aeroporto internazionale di Panama-Tocumen.

Dal prossimo 25 novembre 2013, Air France collegherà regolarmente Panama City con 3 voli settimanali in partenza da Parigi-Charles de Gaulle, ampliando ancor più il suo network in Centroamerica, Sudamerica e Caraibi.

I voli saranno operati da aeromobili Boeing 777-200 equipaggiati con 309 posti, così suddivisi: 35 in classe Business, 24 in classe Premium Economy e 250 in classe Economy.

Il nuovo collegamento completerà l'offerta di voli quotidiani di KLM in partenza da Amsterdam-Schiphol di KLM, permettendo ai clienti di avere una più ampia scelta di coincidenze grazie all'hub di Copa Airlines all'aeroporto di Panama City-Tocumen, in particolar modo verso la Costa Rica, l'Ecuador, Guatemala e Nicaragua.

Grazie al nuovo collegamento, il prossimo inverno Air France e KLM proporranno ogni settimana ai propri clienti ben **10 voli per Panama e 200 collegamenti verso 25 destinazioni dell'America Cen-**

trale, America del Sud e Caraibi*.

L'apertura della nuova linea da Paris-Charles de Gaulle a Panama City, realizzata grazie all'appoggio e la collaborazione del governo panamense, conferma la posizione di leader europeo nella regione Centro e Sud America del Gruppo.

L'espansione economica di Panama è sostenuta da progetti di ampio respiro quali l'estensione del canale di Panama nel 2015 e la costruzione della metropolitana di Panama City nel 2014, ma anche da un forte slancio allo sviluppo turistico.

ORARIO DEI VOLI AIR FRANCE

Ogni lunedì, giovedì e sabato

AF 474 partenza da Parigi-Charles de Gaulle alle 13h30 – arrivo a Panama City alle 18h30

AF 475 partenza da Panama City alle 22h00, arrivo a Parigi-Charles de Gaulle alle 14h10 (giorno successivo).

**Destinazioni AIR FRANCE KLM in America Centrale, America del Sud e Caraibi: Aruba, Bogotá, Bonaire, Buenos Aires, Cancún, Caracas, Cayenna, Città del Messico, Curaçao, Fort de France, Guayaquil, L'Avana, Lima, Montevideo, Panama, Paramaribo, Pointe à Pitre, Port au Prince, Punta Cana, Quito, Santo Domingo, Saint-Martin, Santiago del Cile, San Paolo, Rio de Janeiro.*

Maggiori info: afkl.biz



Globy e
MyTravelApp
per un viaggio
senza pensieri!



Scopri la nuova MyTravelApp!

L'unica App per le agenzie di viaggio che puoi personalizzare con il tuo marchio!

Con **MyTravelApp** i tuoi clienti hanno sempre l'assistenza a portata di mano!

MyTravelApp è la nuova **App gratuita**, unica nel suo genere, che permette di **archiviare i dati della polizza** venduta dalle agenzie di viaggio e di inviare direttamente dal proprio smartphone **la richiesta di assistenza alla Centrale Operativa!**

Inoltre con **MyTravelApp** è possibile avviare le procedure di **rimborso spese** e ottenere i **numeri di emergenza** e le **informazioni utili** per viaggiare sicuri nei Paesi di destinazione. Per un viaggio senza pensieri!



disponibile su



Novità Globy

Scopri le novità **Globy**, la polizza ideale per qualsiasi tipo di viaggio:

- **Globy Rosso 16 giorni e Globy Verde 16 giorni**
- **Globy Europa Week-end**
- **Globy Young**
- **Globy Visti**

Globy è un prodotto di **Allianz Global Assistance**, leader mondiale nell'assistenza, nell'assicurazione viaggi e nei servizi alla persona.

Global Assistance

Allianz

Scopri di più su www.globy.it o scrivi a info@globy.it

Seguici su @AllianzAssistIT

Meridiana potenzia Capodichino

La compagnia aerea riapre i voli per Torino e conferma per l'inverno le rotte alla volta di Verona, Catania e la Sardegna

La stagione calda ha dato prova di un 'credo' autentico di un Gruppo coeso, che comincia a muovere i suoi primi passi verso una propria autonomia economica. Meridiana continua così a formulare nuove offerte, proseguendo con la stagione fredda. In accordo con Gesac, la società che gestisce lo scalo di Capodichino, il vettore ha annunciato il ritorno dei collegamenti Napoli-Torino già presenti sui sistemi di vendita dal 23 settembre, con due frequenze giornaliere da lunedì a venerdì e una il sabato e la domenica.

A questo si aggiunge un collegamento ai due già presenti per quanto riguarda Napoli-Verona da lunedì a venerdì, confermando quello nel corso del fine settimana. Si rinforza, inoltre, il collegamento Napoli-Milano Linate arrivando a quota 4 collegamenti giornalieri durante la settimana lavorativa.

Un incremento delle rotte volto a soddisfare sia esigenze di business che turistiche. Dopo il successo riscontrato nella stagione, estiva Meridiana riconferma anche per il periodo invernale i collegamenti per Catania e per la Sardegna, sia Olbia che Cagliari (+20% rispetto al 2012).

Tutto il territorio nazionale rimane fondamentale per lo sviluppo del gruppo su nuove rotte internazionali. Dopo il successo dei voli da Kiev per Olbia registrato nel corso dell'estate, Meridiana punta su un'altra destinazione strategica italiana dalla località ucraina: Napoli. Il nuovo volo Napoli-Kiev partirà dal prossimo 7 dicembre. Sarà un volo settimanale che decollerà il sabato. Meridiana ha inoltre presentato la sua nuova gamma tariffaria che aggiunge alle storiche BASIC e PREMIUM anche la nuova tariffa TOP, rivolta a coloro che partendo da Napoli Capodichino vorranno utilizzare la sala VIP, il Fast Track che permette di velocizzare i controlli di sicurezza e l'arrivo direttamente al gate di imbarco. Infine, il lancio del nuovissimo servizio 'anticipa il volo', che permette di poter imbarcarsi sul volo precedente a quello prenotato se si arriva in aeroporto in anticipo.

"La nuova offerta invernale di Meridiana su Napoli - ha dichiarato il Ceo della compagnia aerea Roberto Scaramella - costituisce la base per un importante sviluppo del vettore sul territorio campano nei pros-



Roberto Scaramella

simi anni. Come compagnia, ci siamo infatti dati come importante obiettivo da raggiungere quello di arrivare a trasportare su Napoli un milione di passeggeri entro il 2015".

Un obiettivo decisamente interessante per un aeroporto come quello napoletano, che sta recuperando quote di traffico perse a causa della crisi generale che ha investito anche il settore dei trasporti.

"Esprimiamo il nostro apprezzamento per Meridiana - uno dei vettori di riferimento per il nostro scalo, ha sottolineato Armando Brunini, amministratore delegato Gesac Spa, società di gestione dell'Aeroporto Internazionale di Napoli - In un momento difficile per il settore del trasporto aereo italiano, Meridiana ha deciso di inserire Napoli al centro della sua strategia di sviluppo, investendo sul rafforzamento ed incremento delle rotte servite dal nostro aeroporto".

Laura Iannone



Armando Brunini



Nuovo volo KLM da Firenze

KLM inaugura dal prossimo mese di ottobre il nuovo collegamento tra il capoluogo toscano e Amsterdam Schiphol.

Si tratta di un'importante novità per Firenze che vede per la prima volta l'impegno diretto della compagnia aerea olandese, la quale sostituirà Alitalia sulla rotta Firenze-Amsterdam con 12 voli settimanali.

I voli saranno operati dai nuovi Embraer 190, da 100 posti, velivoli che per le loro caratteristiche e performance tecniche sono sempre più presenti sullo scalo fiorentino.

Gli orari permettono di approfittare di comode coincidenze verso più di 140 destinazioni in tutto il mondo, grazie al Network KLM, piuttosto che di una semplice e comoda andata e ritorno in giornata.

ORARI DEI VOLI

Firenze - Amsterdam

KL 1638 (volo giornaliero): partenza da Firenze alle 06h30, arrivo ad Amsterdam alle 08h45.

KL 1642 (tutti i giorni tranne il martedì e giovedì): partenza da Firenze alle 12h35, arrivo ad Amsterdam alle 14h50.

Amsterdam - Firenze

KL 1641 (tutti i giorni tranne il martedì e giovedì): partenza da Amsterdam alle 09h55, arrivo a Firenze alle 11h55.

KL 1645 (volo giornaliero): partenza da Amsterdam alle 21h00, arrivo a Firenze alle 22h55.



Tutte le informazioni su: www.afkl.biz, www.airfrance.it, www.klm.it

Blue Panorama presenta l'offerta e si adegua ai volumi di mercato

Il vettore si conferma leader sui Caraibi e torna a Santa Clara. Fiducia nell'Egitto. Novità 'night stop' per Blu-Express

Adegua ai volumi attuali del mercato italiano che negli ultimi anni, per quanto riguarda il settore leisure di lungo e medio raggio, ha subito una riduzione della domanda. È con questo spirito che Blue Panorama ha lavorato sulla programmazione della prossima stagione Winter, presentata a NoFrills.

Per il lungo raggio, il vettore conferma la propria leadership leader sui Caraibi presentando un programma molto completo per le principali destinazioni – Cuba, Repubblica Dominicana, Giamaica e Messico – servite da Roma e Milano.

Cuba in particolare verrà raggiunta da Est ad Ovest con 7 servizi settimanali e voli per Santiago, Holguin, Cayo Largo e L'Avana, cui si aggiungerà la novità della Winter 2013, il ritorno a Santa Clara, destinazione ricca di fascino per la presenza del Mausoleo Che Guevara e delle bellissime spiagge del nuovo polo turistico di Cayo Santa Maria. Saranno invece 3 i voli a settimana previsti per La Romana, in Repubblica Dominicana, e Cancun, in Messico. Montego Bay in Giamaica sarà raggiunta una volta a settimana.

Blue Panorama si presenta al mercato del lungo raggio con l'ulteriore novità dell'introduzione in flotta, avvenuta nel corso dell'estate, di 2 Boeing 767/300ER, aeromobili che la compagnia ha scelto per offrire un servizio migliore alla propria clientela, grazie ad in-

terni totalmente rinnovati, sistemi IFE (In-flight Entertainment) di qualità e soprattutto nuove poltrone di Business Class 'Lie Flat' in pelle, in grado di reclinarsi fino a 180°, che verranno presentate al No Frills e nei prossimi appuntamenti fieristici.

Per il medio raggio la Compagnia mantiene gli spazi riservati all'Egitto confidando in una pronta ripresa del flusso turistico.

Prosegue inoltre l'intensa attività charter dei voli 'ad hoc' per eventi sportivi, musicali, miche ed incentive. Come tradizione particolare attenzione sarà riservata alla stagione delle coppe europee di calcio dove Blue Panorama è scelta ed apprezzata a livello internazionale da prestigiose società: la compagnia ha infatti servito le squadre ed i tifosi al seguito di Ajax, Barcellona, Juventus, Milan, Napoli, Olympique Lyonnais, Parma e tante altre ancora. A queste si aggiungono le collaborazioni con musicisti del calibro dell'Orchestra del Teatro alla Scala di Milano, del Teatro San Carlo di Napoli e dell'Accademia Nazionale di Santa Cecilia di Roma.

BLU-EXPRESS.COM

La low cost di Blue Panorama, propone per la stagione invernale il ritorno dopo la pausa estiva del volo Torino-Roma, le cui operazioni sono riprese con nuovi orari ad inizio settembre in anticipo di due settimane rispetto a quanto previsto. I nuovi operativi sulla tratta introducono la novità del 'night stop' per meglio soddisfare le necessità di coloro che desiderano viaggiare la mattina presto e recarsi da Torino a Roma per motivi di lavoro, assicurando il rientro in serata in tempo utile per la cena. Al contempo il volo costituisce un'opportunità importante per incentivare il flusso turistico tra le due città durante il week-end.

La novità del 'night stop' interessa anche la tratta Palermo-Roma dove viene introdotta da metà settembre per soddisfare al meglio le esigenze del traffico business che si muove giornalmente di prima mattina dalla Sicilia. I voli multifrequenza da Palermo, così come quelli da Catania, sono per la compagnia fonte di grande soddisfazione ed intendono rappresentare una risposta concreta alle esigenze di mobilità su scala nazionale di tutti i cittadini siciliani. Confermati i voli point to point da Bari per Catania e Palermo, serviti in esclusiva da Blu-express, con ottimi risultati in termini di numero di passeggeri trasportati e coefficienti di riempimento.



CONSULENZA

Start up

Analisi

Sales Strategies

Revenue management

Piani di marketing

Vendite online

1

SITI WEB

Design

Usabilità

Concept

Grafica

Navigabilità

Copywriting

CMS

2

SEO

Ottimizzazione

Posizionamento

Pay per click

Google Optimization

3

ADWORDS
QUALIFIED
COMPANY

Google

NDB WEB SERVICE

WE ♥ INTERNET

4

DIRECT MAILING

Fidelizzazione del cliente

comunicazione

newsletter

5

SOCIAL NETWORK

Blog

Facebook

Twitter

reti

relazioni

pubblicità

6

VENDITA ONLINE

Booking engine

gestione portali di prenotazione

Analisi dei competitor

Portali turistici

CONTATTI

Via G. Porzio 4 – Isola B3

Centro Direzionale di Napoli

80143 – Napoli

Tel: +39.081.195 604 42

info@ndbwebservice.com

www.ndbweb.it

Travel Software premia le adv

L'azienda milanese sponsor del progetto coordinato da Giorgio Castoldi, consegna durante NoFrills la licenza d'uso del suo gestionale all'agenzia vincitrice del Premio 'vivalAgente'

ANoFrills torna 'vivalAgente', concorso-evento quest'anno sponsorizzato da Travel Software, società tecnologica milanese che realizza il gestionale 'Easy' per agenzie e tour operator. Con 121 agenzie di viaggio visitate e una scheda di rilevazione di 42 elementi il progetto di valutazione delle migliori agenzie di viaggio è stata l'occasione per constatare anche quest'anno la buona qualità delle professionalità e dei negozi di viaggi del Nord Italia. Coordinato da Giorgio Castoldi, docente dello Iulm, il progetto di valutazione ha rilevato l'aspetto esterno e quello interno dei negozi di viaggi, il personale (staff) e il servizio fornito, infine la relazione con il cliente nella fase di congedo. La modalità di frequentazione delle agenzie si è svolta con la classica forma del 'mystery client' già utilizzata nel mondo alberghiero. "Il cliente misterioso chiedeva di andare a Riga, capitale della Lettonia. Primo indizio: l'83% la conosceva e o la sapeva trovare senza farsi notare. Insomma, un ottimo inizio", spiega Castoldi.

"Crediamo molto nella professionalità e siamo tornati a sponsorizzare vivalAgente per continuare a mettere in evidenza le molte qualità di questo mestiere, che richiede competenza e un'attitudine alla relazione con il pubblico mai mediocre - argomenta Marco Gozzi, presidente di Travel Software -. All'agenzia vincitrice regaliamo la licenza d'uso del software 'per sempre' per 2 utenti con formazione e installazione incluse, più l'assistenza fino a gennaio 2014. Gli altri quattro che hanno ottenuto i migliori

risultati nelle categorie vincono il canone di utilizzo di un anno (12 mesi) e contribuiranno in questo caso solo alla formazione e all'installazione per un forfait di 150 euro".

La premiazione si terrà a NoFrills sabato 28 settembre alle 11:15, contestualmente alla presentazione della ricerca. Infatti, il progetto vivalAgente si è posto l'obiettivo di delineare il profilo dei punti vendita della distribuzione turistica, attraverso un processo di ricerca empirico e statistico. Alla conclusione delle indagini, sono stati analizzati i dati e i risultati che il docente spiega così: "Crediamo che sia importante avere un sistema che possa rilevare le qualità delle agenzie di viaggi. Il nutrito gruppo di mystery client che ha visitato le agenzie nella primavera ha raccolto moltissimi elementi, i quali ci sono serviti a tracciare il profilo della distribuzione che presenteremo a NoFrills".

Travel Software, che sponsorizza il progetto, ha basato la creazione del software gestionale secondo caratteristiche come la semplicità di utilizzo del programma e l'aggiornamento continuo delle funzionalità, le quali seguono puntualmente i cambiamenti delle normative fiscali. Su tutto un'assistenza precisa e puntuale erogata agli utenti, fiore all'occhiello della software house. In questa fase di sviluppo, la società milanese sta ampliando la rete commerciale: sono stati inseriti tre nuovi elementi che portano a sette le risorse sales a copertura ottimale del centro Italia, ad un buon rafforzamento al Nord, con l'obiettivo di completare la presenza al Sud dal primo autunno.

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: Angioletto 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: Valentina Maresca
redazione@ilgiornaledelturismo.com

Hanno collaborato:

Laura Iannone

Edizione e amministrazione:

Projecta Srl
Via Vannella Gaetani, 15 - 80121 Napoli

Pubblicità:

Projecta 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 IFABC
International Federation of Audit Bureaus of Circulations

CSST Testata volontariamente sottoposta a certificazione di tiratura e diffusione in conformità al Regolamento CSST Certificazione Editoria Specializzata e Tecnica Per il periodo 01/01/2012-31/12/2012

Periodicità: mensile
Tiratura media: 9.377 Diffusione media: 9.353
Certificato CSST n. 2012-2336 del 28/02/2013
Società di Revisione: PKF Italia

PROJECTA
FIERE | METODOLOGIE DI SVILUPPO
| COMUNICAZIONE | EDITORIA

SINCERT ISE CERT
Organizzazione con Sistema
di Gestione per la Qualità
Certificata UNI EN ISO 9001:2008

A.N.E.S.
ASSOCIAZIONE NAZIONALE
EDITORIA PERIODICA SPECIALIZZATA



DisneyLAND
PARIS

i giorni del

"Sì"

PRENOTA ENTRO IL 20 NOVEMBRE 2013

FINO
AL

30%

DI SCONTO SUL PACCHETTO
SOGGIORNO E INGRESSI*

+

I BAMBINI
NON PAGANO*

SOTTO I 7 o I 12 ANNI



*Offerta soggetta a disponibilità e condizioni valida per prenotazioni dal 1° ottobre al 20 novembre 2013 e arrivi dal 1° ottobre 2013 al 2 aprile 2014 inclusi.

WWW.IVIAGGIDELLAIRONE.COM

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

Aves.net

+ veloce + potente + ricco di Applicazioni + leggero (nel prezzo) + Aves.net II



Aves.net II

è la nuovissima versione di Aves, frutto di 25 anni di lavoro, un team di 50 esperti e soprattutto il know how che i clienti condividono con noi.

Aves

continua a crescere grazie ai nuovi moduli sempre più specializzati, a un numero crescente di integrazioni e di connessioni e alla facilità d'uso che solo un'interfaccia grafica evoluta può fornire.

Aves2Aves

il filo diretto che unisce le Agenzie di Viaggio e i Tour Operator che utilizzano Aves.

Vieni a scoprire le nuove funzionalità esclusive!



per info: www.datagest.it