

del Turismo il Giornale magazine

ENTI DEL TURISMO

**La Cina è sempre
più vicina!**

INCOMING

**Padova, il piacere
di sorprendersi**

***Sudan
nel Regno
dei Faraoni
Neri***

REPORTAGE

**Bilbao, la Spagna
che guarda al futuro**



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.

Il Giornale del Turismo vi augura Buon Natale e Felice 2014



Sommario

Editoriale	
5	La giustizia non esiste... anche nel turismo Angioletto de Negri
In copertina	
6	Sudan, in fuoristrada nel Regno dei Faraoni Neri Laura Colognesi
Reportage	
12	Bilbao, la Spagna che guarda al futuro Andrea Barbieri Carones
Enti del turismo	
16	La Cina è sempre più vicina! E svela nuovi volti Laura Colognesi
18	Campagna Promperù sui tesori nascosti Valentina Maresca
20	Un anno di eventi per la Malesia Valentina Maresca
21	Monte Kenya, trekking sui ghiacciai Laura Colognesi
News	
22	Le novità più interessanti dal mondo del turismo/Enti
29	Le novità più interessanti dal mondo del turismo/Operatori
46	Le novità più interessanti dal mondo del turismo/Trasporti
Primo piano	
24	L'Egitto si riprende la scena Valentina Maresca
Attualità	
26	Meraviglie natalizie tra le Dolomiti Laura Iannone
28	Turisti (non) per caso nel regno Ferrari Antonio Del Piano
Hotel	
30	Aprè Palazzo Montemartini. Cinque stelle brillano su Roma Laura Iannone
Incoming	
32	Padova, il piacere di sorprendersi Antonio Del Piano
36	Il mercato spiega la 'sua' Toscana Antonio Del Piano
Crociere	
38	NCL impara a parlare italiano
40	Rilancio di Royal Caribbean, il lusso sbarca anche in Italia Silvia Montagna
42	Supercommissioni Costa per adv
Tour operator	
43	Il premio al merito di Alpitour Valentina Maresca
44	Futura Vacanze in un Mondo di emozioni Silvia Montagna
Trasporti	
47	AIR FRANCE e KLM leader nei collegamenti verso la Cina
48	Grimaldi Lines non cambia la rotta
49	Più Italia nel futuro Air Canada
Servizi	
50	ERV: il business si protegge così

Libera...mente sicuri
Esclusive formule assicurative
per il turismo





BMT

l'energia necessaria

alla BMT si arriva ad Alta Velocità
con Frecciarossa, Frecciabianca, Frecciargento.
Tariffe Trenitalia fino al 50% di sconto
in esclusiva per BMT
per info e prenotazioni 0817944099
biglietteriafs@airontour.com

in collaborazione con



**TRENITALIA**
GRUPPO FERROVIE DELLO STATO ITALIANE

BMT

BORSA MEDITERRANEA DEL TURISMO
DICIOTTESIMA EDIZIONE - NAPOLI 4-6 APRILE 2014
MOSTRA D'OLTREMARE

PROJECTA
FIERE / METODOLOGIE DI SVILUPPO
COMUNICAZIONE / EDITORIA

Via Vannella Gaetani, 15
80121 Napoli, Italy

Tel. +39 081 7640032
Fax +39 081 2451769

www.bmtnapoli.com
info@bmtnapoli.com

La giustizia non esiste... anche nel turismo



È possibile mai che una persona denunciata per furto insieme alla figlia, denuncia penale ampiamente divulgata, possa continuare a lavorare nel settore come se niente fosse e sulla stessa piazza?

Sì, è possibile, succede a Napoli con un certo **Paolo P. e figlia**.

È possibile che creando una newco o con una richiesta di amministrazione straordinaria si perda ogni possibilità di incassare il credito regolarmente maturato senza alcuna speranza di recupero?

Sì, succede in Italia con **Alitalia** con le bad Company e con **Valtur** con la legge Marzano.

È possibile che un agente di viaggio in difficoltà economica riesca a restare in attività nello stesso negozio cambiando denominazione ed amministratore ma restando dietro le quinte, fottendosene dei debiti pregressi maturati?

Sì, è successo a Caserta con **Max Viaggi** ed a San Giuseppe Vesuviano con **Vip Holiday**, ora **Cento X Cento Viaggi**.

È possibile che un agente di viaggio usi la carta di credito di un cliente per emettere ulteriori biglietti all'insaputa del cliente stesso?

Sì, è possibile, è successo a Roma... il derubato è il calciatore del Napoli Marek Hamsik, ma l'agenzia è ancora aperta.

È possibile che grazie a leggi scritte da veri ignoranti del settore un tour operator debba essere totalmente responsabile e subire danni incalcolabili per qualsiasi cosa possa succedere o possa essere reclamata durante una vacanza?

Sì, è successo a danno di **Airontour** di Napoli che è stata condannata al rimborso perché la pasta era scotta nel ristorante di un albergo alle Seychelles... un altro giudice ha condannato sempre l' **Airontour** perché una sposa colpita in parti intime da un fuoco d'artificio sparato da una spiaggia di un albergo diverso da quello prenotato, sempre alle Seychelles, non ha potuto consumare il matrimonio.

Per non parlare del resto delle leggi assurde, vedi la legge 42 e la 51 che obbligano a doveri fuori da qualsiasi logica noi operatori nel caso di fatti assolutamente non di nostra reale responsabilità (vedi Egitto o tsunami). Perché questi signori che pensano di governare bene il Paese non rimpinguano il Fondo di Garanzia?

È possibile che noi del settore turismo dobbiamo diventare organo di controllo dell'evasione con lo spesometro, la tracciabilità e con la segnalazione di chi paga un viaggio con biglietti da 200 e da 500 euro?

Sì, è possibile: il signor Ministro **Saccomanni**, invece di fare qualcosa in favore del settore, cerca di caricarci di incombenze, ignorando ogni cosa di noi invece di capire quanto è importante il settore del turismo per l'economia della Nazione.

Avrei tanto da scrivere ancora, ma mi rendo conto che posso annoiare nel continuare l'elenco delle cose 'ingiuste'. Ma non possiamo continuare a fare i pecoroni a vita. Uniamoci per sollecitare le più qualificate associazioni di categoria affinché comincino a chiedere aiuto alle autorità competenti per ottenere l'abrogazione e la modifica di tutte quelle leggi che assillano il nostro settore. Incominciando magari dal 'codice del turismo' partorito dalla Brambilla che del turismo nulla sapeva, a finire alla modifica del art. 5 che vede la gestione del turismo sparpagliato in tutte le 20 regioni italiane. Come seconda proposta, istituimo il famoso libro nero che raccolga le denunce delle persone del settore che hanno comportamenti illeciti ed hanno ricevuto denunce penali per furto, incominciando appunto da Paolo P. e figlia.

Parliamone, però, non ci rassegniamo come al solito, abbiamo bisogno di una giustizia anche noi!!!

Angioletto de Negri

In copertina

Sudan, in fuoristrada nel Regno dei Faraoni Neri

Da Khartoum alla Necropoli Reale di Meroe, suggestivo luogo di sepoltura dei sovrani dell'antico Regno di Kush, oltre 40 piramidi nell'ansa formata tra la quinta e la sesta cateratta del Nilo nell'inesplorato deserto nubiano. Dalla cima del jebel Barkal, la Montagna Sacra, si osservano le rovine della zona sacra di Napata, affascinanti come venticinque secoli fa

dall'inviata
Laura Colognesi

In fuoristrada si attraversano i tre deserti del Nord Sudan, 3200 chilometri solitari di fuoripista da Khartoum per raggiungere il mitico Jebel Uweinat, solitaria 'montagna sacra' di oltre 2000 metri, punto di confine tra Egitto, Sudan e Libia, l'ultima e non completamente esplorata zona del Sahara. A bordo di un Toyota Land Cruiser 80 si attraversano dune sconfinite che nascondono i templi millenari semi-sommersi dei Faraoni Neri e del leggendario Regno di Kush. Il Sudan è un paese sicuro e l'instabilità politica che si manifesta solo nel Darfur, nell'estremo Ovest, è lontana quasi mille chilometri. Primo punto per il rifornimento carburante è Khartoum, dove viene venduto sia a litri sia a galloni (4 litri), il costo di un litro di gasolio è SDG 1 (circa un terzo del prezzo in Italia) ma allontanandosi dalla capitale il prezzo del carburante aumenta anche del 30-40%. Quasi totale l'assenza di cartelli nei deserti occidentali e orientali del Sudan, poco frequentati da automezzi locali ai quali chiedere informazioni. Per guidare in Sudan è necessario richiedere il 'travel and photo permit', non semplice da ottenere in quanto quasi nessuno parla inglese e tutte le scritte degli uf-

fici sono in arabo (si consiglia di rivolgersi all'hotel per delegare l'espletamento delle pratiche). Nei siti archeologici è inoltre necessario l'archaeological permit, che deve essere pagato all'ingresso dei siti (in quelli secondari, in mancanza di un ufficio, si paga nel sito più vicino). Permesso obbligatorio anche per scattare fotografie: il 'photo permit', rilasciato assieme al 'travel permit', è gratuito per le macchine fotografiche ma viene richiesta una tassa variabile per le videocamere. Divieto assoluto di fotografare ponti, mercati, installazioni militari e militari in divisa, disposizione imposta dalla giunta militare che governa il Paese. Arrivati nella capitale Khartoum (traduzione dall'arabo è 'punta di proboscide', probabilmente in riferimento alla forma della penisola), lo sguardo si sofferma sul Nilo Azzurro che nella Nile Avenue si unisce al Nilo Bianco. Leggenda e storia si intrecciano nella confluenza dei due fiumi, fonte d'ispirazione per infinite spedizioni di esploratori europei che nel XIX secolo risalivano il Nilo Bianco alla ricerca delle sorgenti del Nilo (il 'fiume della vita'), divenuto l'emblema della scoperta e della conquista dell'allora misterioso entroterra dell'"Africa nera" nella cultura occidentale. Ed è proprio il Nilo il filo conduttore della storia del Sudan, corridoio naturale di carovaniere e scambi commerciali e culturali tra la cultura egizia e mediterranea e l'Africa Nera, interrotto da sei cataratte che ne rendono impraticabile la navigazione. Unico nel suo genere nel continente africano, questo crocevia di usanze e tradizioni ha portato ad un Paese, il Sudan, diverso da qualsiasi altro. Da fine aprile ad agosto una barriera di polvere color rosso-marrone alta anche centinaia di metri appare all'orizzonte portata dal vento Habub rendendo molto difficile la guida nel deserto. Ma da ottobre ad aprile, in fuoristrada, seguendo il satellitare Garmin, si attraversano le tre aree desertiche sudanesi, ciascuna con caratteristiche morfologiche diverse. Ad est del Nilo fino al Mar Rosso si estende il deserto nubiano, il deserto occidentale a ovest del Nilo fino al confine con il Chad e il deserto del Bayuda racchiuso nella



grande ansa del Nilo. Di tanto in tanto bisogna sgonfiare leggermente le gomme per facilitare la guida sulle dune. Sudan è il nome attuale dell'antica Nubia e deriva dall'arabo 'Bilad as-Sudan' che significa 'paese dei neri'. Difficilmente penetrabile, l'attuale Sudan del Nord è, con una superficie pari a circa 1.850.000 kmq, il terzo più vasto stato africano. Da Khartoum, si guida in direzione nord verso il deserto della Nubia, abitato solo da nomadi, prevalentemente pianeggiante e sabbioso con poche dune, fino alla catena di montagne che lo separa dal Mar Rosso, percorso facile e privo di difficoltà tecniche particolari per la guida fuoristrada. Nessuna traccia di pneumatici nella sabbia, nessun insediamento permanente, nessuna oasi e pochi pozzi. Una terra soffocata da un caldo a tratti insopportabile e percorsa dalla polvere che imperversa ovunque ma abitata da popolazioni incredibilmente ospitali e genuine, avvolte nei colorati thop, una stoffa leggera con cui le donne si fasciano lasciando scoperto il viso, per motivi religiosi e per ripararsi dal sole e che, vivendo in una delle zone più remote dell'Africa, conservano ancora tradizioni autentiche. In mezzo al nulla una nomade, senza parlare, ci invita a entrare nella sua capanna. Viaggiando lungo la sabbiosa pista che attraversa il deserto nubiano si seguono due incredibili rotaie che provengono dal nulla e proseguono dritte verso l'orizzonte. La 'ferrovia del deserto' fu la sfida della campagna del generale Kitchener: all'inizio del 1897 il piccolo paese di Wadi Halfa fu trasformato in un inedito deposito di materiale rotabile, divenendo in breve tempo il primo centro industriale del Sudan. Anche se non più attiva dal 2010, fermarsi a visitare la stazione n. 6 è comunque un'emozione. In mezzo al deserto assolato, alcuni edifici abbandonati, un telegrafo d'altri tempi, vecchi ferri battuti e ottoni ricordano una stazione inglese sullo sfondo di un manipolo di persone che vivono a ridosso delle rotaie grazie all'acqua trovata dagli inglesi.

Da Khartoum alla Necropoli Reale di Meroe Fu la capitale meridionale del regno di Kush (800 a.C.)

A circa 200 km a nord-est di Khartoum, si raggiunge una piana desertica, addolcita da tenui sfumature pastello della sabbia, dalla quale si scorge una collina dal profilo seghettato, a tre chilometri dal Nilo. Si tratta della Necropoli Reale di Meroe, suggestivo luogo di sepoltura dei sovrani dell'antico Regno di Kush, costituito da oltre 40 piramidi. Meroe fu la capitale meridionale del regno di Kush (800 a.C. - 350 a.C.). Dichiarato Patrimonio dell'Umanità dall'Unesco nel 2011, il sito dell'antica città fu esplorato per la prima volta dal prussiano Richard Lepsius nel 1844. A sud del deserto nubiano, si inizia l'attraversamento



del deserto del Bayuda, all'interno della grande ansa del Nilo. Nessuna possibilità di reperire carburante. Territorio prevalentemente sassoso, è caratterizzato da antichi con vulcanici neri e vaste estensioni di sassi quarziferi bianchi da cui deriva il nome Bayuda ('bianco' in dialetto locale). Fondamentale mantenere alta la pressione delle gomme ed evitare il passaggio accanto agli alberi di acacia per le spine che bucano con estrema facilità il pneumatico. Si guida cercando di seguire i letti dei wadi che, sebbene presentino fastidiosi cespuglietti che fanno rimbalzare la vettura, consentono di evitare le terribili pietraie ai lati. Merita una sosta Karima, con il sito del jebel Barkal (jebel in arabo significa 'montagna'), il sito della necropoli reale di El Kurru e Nuri. Dalla cima del jebel Barkal, la Montagna Sacra (tempo per la salita a piedi: 15 minuti) si osservano le rovine della zona sacra di Napata, affascinanti come venticinque secoli fa. Alla base risalta il grande tempio di Amon, poi il deserto si fonde con i campi coltivati, qui fertillissimi. A Karima l'unico hotel di livello occidentale, la Nubian Rest-House. Chiamato anche 'deserto libico', il deserto occidentale, ai confini con il Chad e la Libia, è una delle più vaste e disabitate regioni desertiche della terra al di fuori dei poli. Nessun rifornimento carburante possibile. Un mondo a parte, costellato da numerosi 'campi di dune'. Si tratta di aree vaste





In copertina



kheila e El Atrun. Nell'immensa pianura del deserto libico, quasi all'improvviso sorge il massiccio del jebel Uweinat, che si estende per circa 1750 kmq con un perimetro di oltre 150 km. Attraversabile solo lungo alcune grandi vallate erose, dal fondo piatto, denominate 'karkur', questo massiccio è un vulcano dalle origini poco conosciute, attivo in tempi non troppo lontani. Migliaia di incisioni rupestri e pitture ritrovate nei ripari lungo le pareti dei wadi testimoniano le storie dei suoi antichi abitanti fino dai tempi preistorici.

Full e molah, la cucina del deserto

Full medamasd, carne di agnello e una sincera passione per la cucina sono i segreti di Yahya Abdel Karim, chef del Meroe Camp a Bagarwyia, circa 230 km a nord di Khartoum, che domina la straordinaria necropoli reale con le 44 piramidi di Meroe, luogo di sepoltura di oltre 40 fra re e regine nel periodo me-roitico (720-300 a.C., cimitero meridionale, e 300 a.C.-300 d.C. (cimitero settentrionale). Ricca e gustosa, la cucina sudanese risente delle influenze arabe, egiziane e inglesi. Gli ingredienti principali sono il pesce e la carne, tranne quella di maiale, che è proibita per motivi religiosi. "Le ricette sono tramandate di generazione in generazione" racconta Yahya, che ogni giorno interpreta con passione i piatti più noti della cucina sudanese. Nella Nubia si mangia molto grano; a sud di Khartoum si consuma invece il sorgo, cereale coltivato in Etiopia per la prima volta 6000 anni fa (in sostituzione di riso o pasta, bastano 35-40 minuti di cottura in acqua). A base di sorgo anche la birra analcolica locale 'Marisa', originaria del Sudan, prodotta con pasta di pane e bevuta quando ancora sta fermentando. Diffusissimi in tutto il Paese il full, a base di fave fresche o secche utilizzate anche per il fuul mediammas, zuppa di fave e yogurt e il molah, pezzi mescolati di carne e verdura. In Sudan non si usano coltelli o forchette e non si parla durante il pasto, seduti per terra mangiando dallo stesso piatto servendosi con un caratteristico pane piatto (Kisra o Khubz) per raccogliere i sughi. Il pasto assume così un ruolo determinante nella società sudanese, un momento importante in cui condividere le emozioni della giornata.

decine di chilometri di dune piccole, alte non più di 10-15 metri, intersecate tra di loro e caratterizzate da una bassissima consistenza. Si procede abbassando al massimo la pressione delle gomme, con un susseguirsi di insabbiamenti fino a quando non si individua il lato delle dune più consistente per quella zona. L'arenaria nubiana, una roccia che risale al periodo Cretaceo quando l'intera regione era coperta dal mare, caratterizza la maggior parte del basamento roccioso. L'abbassamento del livello degli oceani creò la formazione di un grande altopiano all'interno del quale si formarono alcune depressioni dove attualmente sono localizzate le sperdute e misteriose oasi del deserto occidentale: Selima, Laqiyat Umran, Nu-



Novità inverno 2013-2014 In caicco sul Mar Rosso Sudanese

A bordo del caicco Elegante si esplorano i 300 km dell'inviolata e selvaggia costa del Sudan, dove i reef si estendono fino a qualche centinaia di metri dalla battigia per poi precipitare in profondità abissali, presso il faro di Sanganeb, dove si trova anche l'unico atollo del mar Rosso. La costa sudanese, frastagliata con golfi, promontori e isole, è caratterizzata da una serie di insenature, chiamate in arabo marsa, profondi e piatti fiordi che si insinuano in profondità nel deserto a formare lagune e porti naturali già utilizzati anche nell'antichità, sullo sfondo dei 2.300 m del monte Erba, il maggiore del paese. Partenze di gruppo con voli di linea Lufthansa da Milano e Roma via Dubai il 29 dicembre e 2 marzo 2014, accompagnatori di lingua italiana, quote da 1.790 euro in doppia.

Prima di partire

Quando andare: da ottobre ad aprile.

Noleggioristrada: non noleggiati senza autista. In Sudan non esistono società internazionali di noleggio auto ma nelle reception degli hotel consigliano società locali.

Visto d'ingresso: da richiedere prima della partenza all'Ambasciata del Sudan a Roma (Via Panama 48, tel. 06 33222138, www.sudanembassy.it. Orari: ore 8.30-14, chiuso venerdì, sabato e domenica).

Registrazione passaporto in Sudan: appena entrati, si hanno tre giorni di tempo per la registrazione del passaporto presso l'Alien Office (costo SDG 95; necessari una fototessera, un modulo e il passaporto, da portare alla stazione di polizia). Se si atterra in aereo, la procedura viene svolta generalmente a Khartoum dall'hotel dove si pernotta la prima notte.

Patente internazionale: non necessaria, anche se consigliata. Rilasciata in Italia dall'Ufficio Provinciale della Motorizzazione Civile, con validità tre anni. Cintura di sicurezza obbligatoria.

In Sudan non si accettano carte di credito a causa dell'embargo attuato dall'ONU in seguito alle sanguinose azioni militari di pulizia etnica attuate dal regime militare sudanese nella regione del Darfur. Valuta locale: Sterlina Sudanese (SDG).

Vaccinazioni: non obbligatorie.

Permessi per guidare in Sudan: sulle strade asfaltate fuori Khartoum si deve pagare il pedaggio in valuta locale (non possibile in dollari) nelle arterie che conducono da una regione all'altra; in tutto il Sudan non sono accettate le carte di credito, quindi si suggerisce di procurarsi piccoli tagli. Viaggiare in Sudan non è semplice e richiede esperienza. Pochi i 'punti d'ingresso' per raggiungere il paese con il proprio mezzo (per entrare è necessario il 'temporary import permit', validità sei mesi). Da nord, dall'Egitto, l'unica possibilità è utilizzare il traghetto sul lago Nasser (tutti i passaggi via terra sono chiusi al transito di stranieri). In realtà non si tratta di un vero e proprio traghetto, ma di una piattaforma trainata da un rimorchiatore dove viaggiano merci ed eventuali automezzi. Il traghetto vero e proprio, quello dove viaggiano i locali, opera una volta alla settimana e impiega circa 22 ore da Assuan in Egitto a Wadi Halfa, nel nord del Sudan. La piattaforma con gli automezzi invece impiega circa 36 ore e parte un giorno prima del traghetto per arrivare a Wadi Halfa contemporaneamente ai passeggeri. Da Sud l'unica frontiera aperta è con l'Etiopia a Gallabat. Le altre frontiere con l'Eritrea, il Sud Sudan, la Repubblica Centrafricana e il Chad risultano chiuse. Ultima possibilità è spedire la vettura con una nave cargo a Port Sudan, soluzione sconsigliata per l'estrema lentezza (anche superiore ad una settimana) per sdoganare la vettura e l'importo esoso richiesto dalle autorità a titolo di deposito per concedere il documento di importazione temporanea. Nelle altre frontiere, invece, risulta semplice l'importazione temporanea, nonostante non sia riconosciuto il 'Carnet De Passage En Douane' (con una spesa limitata si ottiene il documento che autorizza l'ingresso).

Spedizioni nel deserto sudanese: da molti anni il tour operator 'I Viaggi di Maurizio Levi', tramite la propria agenzia di Khartoum 'The Italian Tourism Co. Ltd', organizza spedizioni in fuoristrada nel deserto Sudanese con tre itinerari da ottobre ad aprile: 'Magica terra millenaria' (15 giorni), 'Il Regno dei Faraoni Neri'

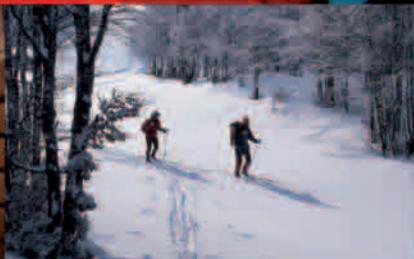


(9 giorni) e 'I tre deserti e il Jebel Uweinat', guidati da esperte guide locali. Info www.viaggilevi.com, www.italtoursudan.com

Dove dormire con vista sulle Piramidi di Meroe: Campo tendato di Meroe, a 3 km dalle piramidi di Meroe, su una piccola collina in pieno deserto circondato da montagne di roccia nera ricoperte da lingue di sabbia gialla, il Meroe Camp è l'unica struttura locale, fondata dall'imprenditrice italiana **Elena Valdata**, pioniera del turismo in Sudan. Composto da 22 grandi tende fisse (4mt x 4mt) con due confortevoli letti con coperte e lenzuola, veranda con tavolino e sedie, luce elettrica. Wc, docce e lavandino in strutture separate una per ogni tenda, struttura ristorante coperta con una nuova terrazza con vista sulle piramidi, cucina europea. **A KARIMA: a sud della Quarta Cateratta**, la Nubian Rest-House, localizzata proprio alla base del Jebel Barkal, la 'Montagna Pura', è costituita da 22 camere con bagno privato, sala ristorante, terrazzo e reception, costruiti in tipico stile nubiano ed arredate in stile etnico.

Maggiori informazioni: www.italtoursudan.com

L'ALLEGRIA FRESCA DELLA NEVE, IL CALDO ABBRACCIO DEI BORGHI.



L'Abruzzo sempre con te con le nostre App



Seguici su



www.abruzzoturismo.it

Numero Verde
800 502 520

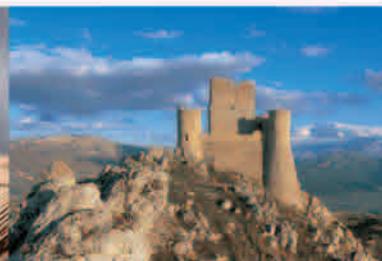


Una destinazione unica, per tutte le vacanze che desideri.

In inverno i monti d'Abruzzo si tingono di bianco, un morbido manto di neve fresca che riposa sui prati e sulle vette più alte fino al principio della primavera. Da nord a sud le montagne abruzzesi sfilano una dopo l'altra disegnando il profilo maestoso della regione, cime ardite o morbidi rilievi che promettono momenti di profondo connubio con la natura e offrono occasioni per escursioni alla scoperta di paesaggi ancora selvaggi e incontaminati: i monti Simbruini, Ernici e Marsicani, il gruppo Sirente - Velino, i monti della Laga e del Gran Sasso e il massiccio della Majella, che sembra specchiarsi nelle limpide acque del Mare Adriatico. Un mondo di emozioni ad alta quota da vivere sui monti abruzzesi, attraversati da oltre 700 km di piste e ideali per cimentarsi in tutti gli sport invernali: discesa, fondo, escursionismo, snowboard, snowtubing, sleddog e tutte le novità dal mondo della neve.

Con oltre il 30% di aree protette l'Abruzzo è la "regione verde d'Europa", uno spirit o di conservazione che ha riguardato anche i patrimoni artistici e culturali, trasformando la regione in un vero e proprio museo all'aperto: castelli, borghi, chiese, eremi sono ancora inseriti nei loro ambienti originari.

Dall'allegria fresca della neve al caldo abbraccio dei borghi, la visita ad un centro montano è un viaggio in un'altra epoca, in cui il tempo è scandito dai rintocchi del vecchio orologio sulla torre ed è intriso di profumi e sapori dimenticati: la legna che arde nei camini, il pane appena sfornato. Avviene così l'incontro con la tradizione culinaria abruzzese, mix di radici contadine e pastorali che raccontano il territorio: gli oli extravergine di oliva, i vini DOC, il tartufo, lo zafferano, i formaggi. Tanti prodotti di qualità che, uniti alla fantasia delle ricette, fanno dell'enogastronomia abruzzese una sorpresa per il palato.



Bilbao, la Spagna che guarda al futuro

Negli ultimi 15 anni, la capitale dei Paesi Baschi ha saputo rinnovarsi e reinventarsi, riqualificando molti quartieri attorno all'apertura del museo Guggenheim e puntando su trasporti efficienti. Intanto il debito comunale è stato azzerato

Servizio di
Andrea Barbieri
Carones

Le parole d'ordine sono rinnovare, rinnovarsi e ristrutturare. A tutto vantaggio dell'ambiente, della vivibilità e dell'occupazione. Ecco le semplici ricette messe in atto dalle ultime 2 generazioni di sindaci che si sono alternati nel municipio di Bilbao, città del nord della Spagna a una quindicina di chilometri dal mare e con l'obiettivo di diventare fra le città più moderne dell'intera Penisola Iberica.

A circa 2 ore di volo dall'Italia – collegata con voli diretti stagionali da Bologna e Milano operati dalle controllate di Iberia, da voli bisettimanali diretti da Venezia operati da Volotea e da voli da una decina di aeroporti italiani collegati con Madrid e Barcellona da Iberia – questa città spagnola poco ha delle classiche desti-

nazioni di vacanze poste sulla costa mediterranea del Paese: innanzitutto è circondata da una vegetazione simile a quella presente nelle zone prealpine italiane, rinvigorita dalle precipitazioni abbondanti e dal clima atlantico che rende Bilbao una sorta di città dotata di aria condizionata naturale, essendo mite in inverno e mai troppo calda durante i mesi estivi. Ma se il clima è un dono di madre natura, ciò che la città ha saputo fare di sé stessa lo si deve alle amministrazioni degli ultimi 15 anni, che hanno puntato sulla cultura e sul rinnovamento di intere aree urbane, al punto che la città è diventata in pochi anni una delle mete preferite dai turisti e quella con l'amministrazione comunale più trasparente di tutta la Spagna.

Parlare della città più grande dei Paesi Baschi – nonché capoluogo della provincia di Biscaglia – porta infatti immediatamente a pensare al museo Guggenheim, progettato dall'architetto canadese Frank Gehry e inaugurato nel 1997 dopo pochi anni di lavoro e primo slancio al rinnovamento di una città da 350mila





La città cambia volto

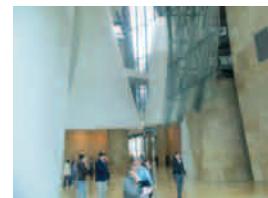
Il rinnovamento pensato dal sindaco uscente Iñaki Azkuna – in passato votato come ‘miglior sindaco del mondo’ da una giuria internazionale, tenendo conto anche del gradimento dei cittadini – e dai suoi collaboratori ha interessato anche altre zone della città: nel 1995 è stata aperta la metropolitana, che oggi conta già 2 linee con una terza in costruzione (collegherà l’aeroporto con il centro storico) e altre 2 in fase di progetto. È stata ripristinata una vecchia linea tranviaria, che attraversa tutta la città con mezzi moderni e veloci pensati anche per chi ha difficoltà di deambulazione. Poi è stata la volta del nuovo aeroporto firmato Calatrava (che in città ha costruito un nuovo ponte a 300 metri dal museo Guggenheim) e del ‘superpuerto’, studiato su mi-



abitanti (che superano i 900mila contando l’area metropolitana) che ha ripensato la propria struttura. L’inaugurazione del primo museo della Fondazione Guggenheim su suolo europeo è infatti stata accompagnata dal completo rifacimento del lungo “Ria”, ossia delle rive del fiume Nervion che attraversa la città da sud verso nord, portando le rive del corso d’acqua a essere un luogo vivibile e pedonale della città e non più soltanto uno sbocco delle merci in arrivo su piccole navi dal vicino oceano Atlantico. E nei prossimi anni sarà data attuazione a un imponente progetto di rinnovamento di un’altra grande area qualche chilometro più a nord, sempre sulle rive del Nervion: nel giro di 5 o 6 anni, infatti, saranno abbattuti i vecchi edifici industriali in disuso per far posto a nuovi insediamenti abitativi, parchi, aree pedonali e spazi dedicati alla cultura come musei e teatri, in modo da rendere Bilbao ancor più attraente per un turismo in cerca di luoghi nuovi e fino a oggi sconosciuti alla maggior parte degli italiani.

sura per gestire il traffico commerciale navale sul golfo di Biscaglia. Ma, come detto, è il rifacimento del lungo fiume che cambia volto a Bilbao, trasformandola da grigia città industriale a città turistica trasparente e aperta. La zona di Abandoibarra – definita da molti l’ex ‘buco nero’ della città – è diventata uno dei simboli della rinascita dell’intera Spagna, visto che i 350mila metri quadrati sono stati destinati a edilizia abitativa, a terziario avanzato, ad aree verdi con centri congressi e sale per concerti, nuove strade, piazze con alberghi, un grattacielo di 160 metri e un complesso architettonico di 7 edifici creati dall’architetto giapponese Arata Isozaki.

A cambiare volto alla città hanno contribuito poi i recuperi di palazzi antichi presenti nel Casco Viejo (il centro storico), che riunisce diversi palazzi monumentali come il Teatro Arriaga, la Plaza Nueva, la Cattedrale gotica di Santiago e i giardini dell’Arenal. Il centro storico è anche il miglior posto per sperimentare la vita notturna di Bilbao, con i suoi risto-





Guggenheim: perché nei Paesi Baschi?

La scelta di Bilbao come sede del prestigioso museo Guggenheim risale alla fine degli anni Ottanta, quando – 50 anni dopo l'inaugurazione dell'omonimo museo a New York – la fondazione che lo gestisce puntava al vecchio continente. E le istituzioni della città basca sono riuscite nell'impresa di fare squadra e creare un'attrattiva vincente: una grande area adiacente al centro città, una forma di finanziamento che non gravava sulle spalle dei cittadini, una volontà di rilasciare velocemente tutti i permessi edilizi e un progetto di ampio respiro volto a rinnovare il nucleo urbano.

Oggi la struttura occupa un'area di 32.500 metri quadrati fra il Museo delle Belle Arti (con il quale si è creato un parallelo tra arte antica e arte contemporanea), l'Università di Deusto e il Teatro Arriaga.

E le strutture in pietra, vetro e titanio sono ormai diventate il simbolo di Bilbao che vuole lanciarsi nel nuovo millennio. I tre livelli di gallerie di cui dispone questo edificio sono raggiungibili tramite passerelle sospese al soffitto. Gli 11mila metri quadrati espositivi sono suddivisi in 20 gallerie con le opere di artisti contemporanei.

ranti e i suoi locali, dove residenti e turisti si trovano quasi tutte le sere per non mancare al tradizionale appuntamento con i 'pintxos', piccoli stuzzichini salati che – insieme al vino basco o della vicina regione della Rioja – rappresentano un must al quale non si può mancare. Immediatamente a ridosso del Casco Viejo – sull'altra riva del Nervion – sorge la zona più commerciale di Bilbao, con circa 500 negozi e con il mercato comunale più grande d'Europa. La città basca, forte anche dei suoi 22 alberghi da 3 a 5 stelle, è ormai a pieno titolo una delle città urbanisticamente più dinamiche d'Europa, che ha saputo rinnovare la propria immagine migliorando prima di tutto la qualità della vita dei propri residenti e aprendosi all'esterno con il turismo.

Anche la zona costiera che si affaccia sull'Atlantico è emblematica: i nuovi insediamenti abitativi sono sorti via via lasciando diversi spazi verdi e senza stravolgere il passato della città. E tale passato è incarnato dal famoso Puente de Vizcaya o Puente Colgante, un ponte in ferro inaugurato nel 1893 con colori e struttura simile alla Torre Eiffel: oltre a essere il primo ponte al mondo a effettuare trasporto di persone e mezzi da una sponda all'altra dell'estuario del Nervion attraverso una struttura mobile alimentata a energia elettrica, dal 2006 è stato dichiarato dall'Unesco come nuovo membro del Patrimonio Mondiale dell'Umanità.

Una giornata in Tunisia

Mattina: Alla scoperta del Sahara a Douz
Pomeriggio: Sport acquatici a Djerba





La Cina è sempre più vi

Sembra una grossolana battuta, invece è semplice realtà: aumentano infatti i collegamenti dall'Italia per il paese del Dragone che punta sul mercato italiano con facilities per i turisti e nuovi attrattori. Su tutti il polo business di Qingdao e Qufu, la terra di Confucio

dall'inviata
Laura Colognesi

Nuovi collegamenti aerei da Roma, 72 ore Visa-free Transit per Pechino o Shanghai, e-learning per agenti di viaggio sul "Fiume Azzurro" su www.advcina.it e l'e-magazine trimestrale con notizie aggiornate e focus sulle destinazioni. Nel 2014 una Cina dunque sempre più facile da visitare, come recita il nuovo slogan istituzionale "Easier to visit", quella che guarda al segmento business presentata da Liu Cheng, Direttore Generale dell'Ufficio Nazionale del Turismo Cinese per Italia, Grecia e Turchia nel viaggio-stampa dall'11 al 18 novembre. "Da fine ottobre il volo China Eastern Airlines tra Roma Fiumicino e Shanghai è giornaliero e ogni martedì e giovedì collegherà direttamente Roma anche con Wenzhou, la città dalla quale proviene la maggior parte della popolazione cinese residente in Europa e in Africa. Fiumicino sarà l'unico scalo dell'Europa continentale – sottolinea Liu Cheng – da cui decollerà anche Cathay Pacific da Roma a Shanghai, via Hong Kong, con il nuovo modello di configurazione di volo Premium Economy Class, con tariffe promozionali fino al 31 dicembre". Dal 2013 la Cina è la seconda economia più grande al mondo sia come PIL totale nominale che per parità di potere d'acquisto (PPA), ed è anche il più grande esportatore e importatore di merci a livello mondiale. Il Paese del Dragone "è visitato ogni anno da 250.000 italiani; nel 2013 si sono registrati 180.000 arrivi, con un calo

dell'8% tra luglio e agosto rispetto allo stesso periodo del 2012 dovuto al perdurare della crisi economica globale. In settembre – continua Liu Cheng – nuovo incremento del segmento business, supportato anche dalla nuova politica Beijing, con il rilascio, dal 1° gennaio 2013, del 72 ore Visa-free Transit per i viaggiatori in sosta a Pechino o Shanghai per meno di 72 ore, in possesso di visto o biglietto aereo o la prenotazione aerea per la destinazione finale". E proprio dal business nasce l'itinerario Qingdao-Qufu-Beijing, la Cina di Confucio estesa nella Provincia costiera dello Shandong, la più orientale della Repubblica Popolare Cinese, seconda provincia per popolazione e per il PIL, "visitata nel 2012 da 518.000 europei, di cui 34.500 italiani, in crescita rispetto al 2011 (434.000 europei, di cui 32.400 italiani).

Quarto porto commerciale per fatturato del Paese (dopo Shanghai, Shenzhen e Tianjin), Qingdao – ad un'ora e venti minuti di volo da Beijing – è visitata ogni anno da 50 milioni di turisti (soprattutto coreani, facilitati da 15 voli giornalieri dalla Corea, e giapponesi; il turismo copre il 10% del PIL), attratti dal clima mite e dai 42 km di lungomare asfaltato, scelto nel 2012 da 104.300 europei, di cui 5.622 italiani" dichiara Fan Hui, Direttore Marketing del Qingdao Tourism Administration. Senza biciclette né traffico caotico, molto occidentale e poco cinese, Qingdao è il più importante polo business della Provincia dello Shandong (in costruzione un nuovo aeroporto internazionale pronto fra 4 anni), pittoresca località balneare sul Mar Giallo, sede di prestigiose competizioni veliche, fondata solo 120 anni fa dai tedeschi, occupata successivamente da giapponesi e ora base navale statunitense. Sede della storica birra Tsingtao, pilsner dal basso grado alcolico, la birra cinese più venduta in Cina ma anche nel mondo, esportata in 62 paesi (da sola copre il 50% delle esportazioni cinesi di birra), Qingdao propone un tour dello stabilimento costruito dai coloni tedeschi, in un complesso di edifici in stile bavarese, chiese cattoliche e protestanti con viali alberati che conferiscono alla città un aspetto europeo che la differenzia da qualsiasi città cinese. Ad agosto si svolge il Festival Internazionale della Birra, dal 1991 appuntamento irrinunciabile per i gour-



Qufu



Pechino

cina! E svela nuovi volti

met. Dall'alto, affacciati dal Parco Guanhai Shan, lo sguardo coglie due dei simboli di Qingdao: l'Isoletta Verde e il Padiglione Huilan.

"Business e design all'avanguardia s'intrecciano nel Qingdao International Horticultural Exposition, con espositori provenienti da 37 nazioni, in programma dal 25 aprile al 25 ottobre 2014 nel Baiguo Mountain Forest Park, su un'area attualmente in costruzione dislocata su 241 acri e finanziato dal Governo Municipale – dichiara Bian Cheng, Vice Segretario-Generale del Comitato Esecutivo – per promuovere lo sviluppo di questa zona a nord della città (www.qingdaoexpo2014.org). Per la prima volta in esposizione le piante del mare, fra cui la rosa cinese a 4 petali; previsti 18 mln di visitatori, di cui _ domestici." Attraversare la Provincia dello Shandong è un viaggio nella Cina di Confucio, nato a Qufu, raggiungibile da Qingdao in tre ore con il treno ad alta velocità (700 km circa, euro 25). Patrimonio dell'Umanità dal 1994, Qufu "è visitata ogni anno da 4.500.000 visitatori, soprattutto dall'Asia sud-orientale e Corea – afferma Kong Gnodong, Direttore del Turismo di Qufu – di cui 300.000 esteri (10.000 europei, di cui 2.000-3.000 italiani l'anno), prevalentemente turisti. Cuore spirituale della Cina, a Qufu (Qu = tortuosa, Fu = collina) si visitano il Tempio di Confucio (costruito nel 478 a.C., 200 anni prima della Grande Muraglia), la Residenza dei suoi discendenti e la Foresta dei Kong. Confucio, che visse tra il 551 e il 479 a.C., in un'epoca di declino e di grandi sconvolgimenti, predicava la creazione di una società armoniosa basata su una serie di doveri morali, ancora oggi alla base della società cinese. Nel mondo sono oltre 2.500 i templi dedicati a Confucio e ben 300 gli istituti di Studio del Confucianesimo; in Italia circa 3.000 studenti si stanno attualmente specializzando su Confucio. "Diffondere nel dettaglio gli insegnamenti del confucianesimo con l'obiettivo di incrementare i visitatori è l'obiettivo dell'investimento di 10 miliardi di yuan – Kong Gnodong, Direttore del Turismo di Qufu – per la realizzazione, nella montagna Ni Shan, di una zona di vacanza culturale, la cui data di costruzione è ancora da definire, e di una base di pratica, anch'essa per diffondere il sapere di Confucio". Vale da solo il viaggio al cimitero dove riposano Confucio e i suoi 100.000 discendenti, dislocato su 200 ettari con una superficie due volte superiore a quella della città di Qufu. Le sfumature dell'autunno, stagione dell'interiorità, conferiscono un tocco di eternità alle tombe, immerse in una foresta di 200.000



tra pini e cipressi, con 40.000 alberi di vario tipo piantati nell'opera di rimboschimento iniziata nel 1949. Da Qufu si raggiunge Beijing in due ore con il treno ad alta velocità. Cosmopolita e camaleontica, Beijing, capitale della Repubblica Popolare cinese, è il centro politico, culturale e di scambio internazionale del paese, divisa in 18 distretti su un'area di 17.000 chilometri quadrati con una popolazione di 11,68 milioni di persone. Circondata da colline e vette piuttosto elevate, la periferia di Beijing (letteralmente "Capitale del Nord") fu abitata 700.000 anni fa dall'Homo Pekinensis, uomo primitivo del pleistocene. A Beijing monumenti di grande importanza quali la Città Proibita, il più grande complesso di edifici del suo genere al mondo, la Grande Muraglia, una delle otto meraviglie del mondo, unico monumento costruito dall'uomo visibile dallo spazio, il Tempio del Cielo, le tombe Ming, il più compatto gruppo tombale imperiale della Cina, e la natura mistica del Palazzo d'Estate svelano l'antica cultura cinese ma al tempo stesso i sentimenti di una nazione proiettata al futuro. La scoperta di Beijing si diversifica con 200 attrazioni turistiche aperte al pubblico. In città, attualmente, sono presenti più di 630 hotel di categoria a stelle e altri circa 4.400 alberghi e ostelli di livello ordinario, che insieme offrono 359.700 stanze. Oltre 450 le agenzie turistiche che forniscono l'assistenza di guide che parlano 21 lingue straniere.

Info: www.advchina.it, Portale sulla Cina per gli agenti di viaggio italiani.

Info turistiche: Ufficio Nazionale del Turismo Cinese – Via Nazionale 75, Roma – Orari apertura lun - ven 09.00 - 12.00 e 14.00 17.00.

www.turismocinese.it





Campagna Promperù sui tesori nascosti



Machu Picchu

Il Perù a tutta campagna pubblicitaria per attrarre sempre maggiori flussi. È quanto comunicato da Francesca Santandrea, senior succum dell'Ente di promozione turistica del Paese sudamericano in Italia. Il Belpaese, a differenza degli altri del Vecchio Continente, vanta sulla destinazione peruviana un segno più rispetto all'anno scorso. "L'Italia, con un incremento pari allo 0,9%, corrispondente a 21.214 unità nel primo semestre di quest'anno sullo stesso periodo del 2102, non solo si colloca nella top five a livello europeo dopo Spagna, Francia, Germania e Gran Bretagna, ma si conferma come l'unico mercato che fa registrare una crescita". Le città che generano un maggior numero di visitatori alla volta del Perù sono Milano e Roma, mentre i target principali sono lusso e viaggi di nozze.

"La nostra campagna promozionale denominata 'Perù Impero dei Tesori Nascosti' è caratterizzata da un format innovativo che la assimila ad un trailer cinematografico – prosegue Santandrea – Attraverso di essa si intende rafforzare l'idea del Paese come meta culturale, ma anche destinazione fornita di strutture ricettive di ottima qualità, dimostrata dalla presenza di grandi catene alberghiere quali Marriot, Sheraton,

Hilton e Casa Andina". Promperù ha come obiettivo lo sviluppo della parte settentrionale del Paese, meno conosciuta. Il protagonista indiscusso delle visite internazionali, infatti, è il sito di Machu Picchu, di richiamo per l'86% dei turisti. "Il nostro obiettivo è diversificare – spiega Santandrea – Sappiamo che il Perù non è una destinazione di massa. Chi vi si dirige ha spesso un vasto bagaglio di cultura personale, appartiene ad un target medio-alto e ha un'età compresa fra i 30 ed i 50 anni. Si tratta di un turista generalmente laureato e pratico di tecnologie, che si informa su internet ma poi finalizza la pratica in agenzia di viaggi – aggiunge Santandrea – La consulenza per questo tipo di prodotto, infatti, è molto importante, vista la sua particolarità ed il contesto inedito che offre". Cultura e tradizioni, insomma, ma anche comfort e modernità, in un Paese che ha registrato un significativo aumento dei visitatori internazionali, pari a 2,8 milioni nel 2012 per un incasso di 3.232 milioni di dollari, corrispondenti al 111% in più rispetto all'anno precedente. La speranza è di far crescere questi numeri ed il trend sembra dare ragione alle prospettive più ottimistiche di Promperù.

Valentina Maresca

Italia unico mercato europeo in crescita sulla destinazione sudamericana

Holi, the festival of colours. To know more, log on to www.incredibleindia.org - info@incredibleindia.com

Throw colours on others

Add colour to your life

Find what you seek

Incredible India



Kuala Lumpur

Un anno di eventi per la Malesia

**Il direttore dell'ente
del turismo
fa il punto
della situazione
e parla dei
programmi futuri**

Il 2014 sarà l'anno della Malesia: lo assicura Mohd Faharuddin Hatmin, direttore di Malaysia Tourism, l'Ente del Turismo del Paese in Italia. "Ci prepariamo al Visit Malaysia Year 2014, che cade ogni quattro anni – dice – Questo significa che ci saranno eventi ogni mese ed una campagna di marketing molto aggressiva, con fam trip ed operatori che si attrezzeranno per intercettare il turismo internazionale mediante appositi pacchetti". Tutto, insomma, prefigura un incremento del già ottimo trend del 2013, che da gennaio a giugno fa registrare, solo in fatto di arrivi italiani, 20.538 passeggeri, corrispondenti a +7,8% rispetto allo stesso periodo del 2012. "L'Italia è il quinto mercato europeo dopo UK, Germania, Francia e Scandinavia – elenca il direttore – e stiamo agendo per promuoverci sul fronte trade e consumer. Il primo verrà raggiunto attraverso roadshow, il secondo per mezzo di Facebook. Prevediamo di chiudere il 2013 con un incremento di italiani del 10% rispetto all'anno scorso, per una cifra pari a 50.000 unità". La maggior parte dei connazionali viene dal Nord, con Lombardia, Veneto, Piemonte ed Emilia Romagna che generano il 56% della domanda, mentre la rimanente percentuale è generata dal Sud, soprattutto dal segmento degli honeymooners, tra i principali



Mohd
Faharuddin
Hatmin

per la Malesia assieme a quello del lusso, del golf, dell'ecoturismo e del Mice. Nel dettaglio, l'importanza dei viaggi di nozze, segmento che vede una maggiore concentrazione nell'area meridionale del Belpaese, costituisce il motivo che porterà Malaysia Tourism a partecipare alle fiere 'Universe Sposa 2013-2014' in programma fino a febbraio 2014. Per quanto riguarda più approfonditamente il trade, i roadshow coinvolgono alcuni tour operator tra i quali Seven World, Caleidoscopio Oltremare, Naar e la tappa conclusiva dell'evento 'The Far East Welcomes You', tutto incentrato sulla destinazione Sud-Est asiatico, oltre all'operazione con Viaggi del Mappamondo e relativo contest su Facebook. Attraverso queste iniziative, Tourism Malaysia prevede il coinvolgimento di oltre 300 agenzie di viaggi selezionate. "Il turismo leisure è più sviluppato di quello business, anche se il Mice sta crescendo – continua il direttore – Di sicuro il Visit Malaysia Year 2014 aiuterà entrambi i segmenti in un anno che si prefigura ricco di sfide e ci vede ottimisti, anche grazie alla collaborazione con l'ampio numero di tour operator che in Italia programmano la destinazione. In totale, infatti, sono circa 65, soprattutto ubicati nelle città di Milano e Roma".

Valentina Maresca



Monte Kenya trekking sui ghiacciai

“Una natura dai forti contrasti avvolge il Kenya, con territori ancora poco conosciuti come il Monte Kenya, la seconda vetta dell’Africa dopo il Kilimanjaro con i suoi 5.199 m (circa 160 km a nord-est di Nairobi), una delle pochissime montagne africane ad avere dodici ghiacciai perenni sulle sue cime, adatti a trekking mozzafiato. Nel Kenya convivono ottanta tribù con differenti culture, retaggio dei primi esploratori che scoprirono una terra di un fascino struggente” – racconta Mohamed Bawazir, Marketing Manager del Kenya Tourism Board. Dall’incontro di avventurieri e soldati che si mischiarono con la complessa società tribale, nacque un crogiolo di tradizioni, lingue e sapori che, accentuato dall’arrivo di manodopera e mercanti dall’India, portò influssi nuovi e penetranti. L’eredità del colonialismo si perpetua “nelle tradizioni del grande safari e nella ricerca dell’avventura e della libertà”. Ogni anno da luglio a ottobre in Kenya si rinnova uno spettacolo della natura unico: la Grande Migrazione. Oltre due milioni di erbivori – gnu, zebre, antilopi e gazzelle – seguono l’istinto e si spostano dal Serengeti alla Riserva del Maasai Mara in cerca di abbondanti pascoli. Oltre un milione e trecentomila gnu, ogni mese di giugno, si riuniscono nel Serengeti a partorire e lentamente si radunano a

formare un’unica enorme mandria. “In fuoristrada nelle prime ore del mattino, in safari a piedi guidati dai guerrieri Maasai o seguendo le mandrie dall’alto, in mongolfiera, sono molteplici gli itinerari per seguire la Grande Migrazione, differenziata per tutti i target, soprattutto per i viaggi di notte” conclude Mohamed Bawazir. L’Italia “si conferma il terzo mercato di riferimento per il Kenya”, con un totale di arrivi turistici, per i primi sei mesi del 2013, pari a 37.239, facendo seguito a UK e USA. Il 2012 si è chiuso con 82.330 arrivi dall’Italia mentre, considerando il flusso turistico globale, il Kenya ha ospitato 1.236.024 turisti. “Il mercato turistico è uno dei segmenti principali per l’economia keniana che ha contribuito al PIL totale, solo nel 2012, per un valore pari a 97,3 miliardi di scellini keniani, circa 8 milioni di euro” afferma soddisfatto Mureithi Ndegwa, Managing Director del Kenya Tourism Board. Dalle grandi mandrie migratorie nel Nord che si spingono nella sconfinata savana popolata da un’incredibile ricchezza di avifauna, dal folto della foresta pluviale tropicale alle profondità dell’Oceano Indiano brulicante di pesci, il Kenya è un angolo di natura incontaminata. Dall’Italia numerosi safari proposti da “Il Diamante”, tour operator del Quality Group.

Laura Colognesi

**Grande Migrazione,
dal Serengeti
alla Riserva
del Maasai Mara**

**Kenya Tourist
Board – Italy**

c/o Interface Tourism
Ripa di Porta Ticinese 5
Milano
Tel: +39 0283660917
magicalkenya@interfa-
cetourism.com
www.magicalkenya.it





Boulasidu: “La Grecia non è solo le sue isole”

Un messaggio forte e chiaro viene da Kyriaki Boulasidou, direttore dell'Ente Nazionale Ellenico per il Turismo in Italia: “La Grecia non è solo le sue isole, come purtroppo pensa la maggior parte dei turisti italiani, a differenza di quanto fatto dal mercato anglosassone e russo. Per questo spingeremo il prodotto continentale, a partire da Atene e Salonicco”. A Milano l'Ente ha organizzato un appuntamento con agenzie di viaggi e giornalisti trade proprio per illustrare i plus delle due destinazioni, cui se ne aggiungono numerose altre, a partire da Patrasso fino ad Epiro e Peloponneso. “Si tratta di mete che è possibile visitare lungo tutto l'anno, a differenza delle isole che permettono un turismo di stampo solo stagionale – spiega Boulasidou – Atene, in particolare, con le sue attrazioni culturali, la vivace vita notturna e la prelibata cucina, si pone assieme a Salonicco come classica destinazione europea per trascorrervi un fine settimana, con la possibilità di abbinarvi le isole durante la bella stagione”. I connazionali hanno registrato quest'estate un incremento del 30% di prenotazioni sullo stesso periodo dell'anno scorso e l'obiettivo dell'Ente è migliorare tale dato favorendo i più diversi segmenti: non solo quello balneare, quindi, ma anche quello scolastico, culturale ed enogastronomico con percorsi che svelino la peculiarità dei sapori di ciascun territorio. “La collaborazione con le agenzie è fondamentale e le nostre iniziative sono varie, dall'apertura recente della pagina 'Visit Greece' di Facebook al rifacimento grafico e di contenuti del sito visitgreece.it, sul quale stiamo lavorando e che sarà visibile entro il mese di febbraio – aggiunge il direttore – Intanto, sia i turisti che gli agenti possono scaricare gratuitamente l'App 'Atene incredibile' per iPhone”. L'App è a cura dell'Ente ed è stata presentata ufficialmente a Milano.

Israele festeggia i suoi primi 40 anni

Sono trascorsi già 40 anni dall'inizio delle attività in Italia dell'Ufficio Nazionale Israeliano del Turismo. L'Ente, aperto prima a Roma nel 1973, fu trasferito poi a Milano perché il turismo verso la destinazione, oggi come allora, vede un movimento oltremodo attivo soprattutto dal nord Italia. “Oggi il turismo verso Israele si presenta in modo assolutamente innovativo – ha esordito il direttore Tzvi Lotan, al suo secondo mandato ed a capo dell'Ente dal 2008 – e si è rinnovato in modo impensabile fino a 15 anni fa”. Israele è una destinazione oltremodo interessante dove lo sviluppo dei brand è stato assolutamente eccezionale e spesso inaspettato: city break o long weekend a Gerusalemme e Tel Aviv; turismo ecosostenibile nel Negev ed il turismo sportivo in tutto il Paese; turismo culturale sempre rinnovato dalle continue scoperte archeologiche; appuntamenti con il design e l'arte che vedono Tel Aviv al centro di una continua e sempre rinnovata attenzione alle novità ed ai brand di questo tipo; il benessere con al centro il Mar Morto, ma anche le terme al Nord del Paese e le sempre nuove Spa poste all'interno dei piccoli e grandi hotel; la ricerca della spiritualità. “Israele è una destinazione tutto l'anno e che non conosce fortunatamente crisi – ha continuato il direttore – ed in questi anni abbiamo lavorato affinché vi fosse la crescita di tutti i brand e con reale soddisfazione posso affermare che attualmente le percentuali sono 55% di turismo leisure e 45% di turismo religioso”.

Embratur lancia una campagna da 10 mln di dollari

Mancano solo sette mesi all'inizio della Coppa del Mondo FIFA 2014: il 12 giugno 2014 il Brasile aprirà le porte a 600.000 tifosi e turisti ansiosi di scoprire la bellezza e la varietà di questo Paese. Il torneo durerà 30 giorni e coinvolgerà le 12 città ospitanti: Rio de Janeiro, San Paolo, Brasilia, Curitiba, Porto Alegre, Cuiaba, Manaus, Fortaleza, Natal, Recife, Salvador e Belo Horizonte. Con l'avvicinarsi dell'evento, Embratur ha lanciato una nuova campagna diffusa in sette Paesi, cioè Stati Uniti, Argentina, Cile, Colombia, Messico, Germania e Regno Unito, per un investimento di 10 milioni di dollari nel corso di quest'anno. La campagna mostra alcuni dei luoghi più suggestivi del Paese ed invita i turisti a visitare il Brasile ed a sentirsi come a casa propria. “La Coppa del Mondo FIFA 2014 rappresenta una grande opportunità per il Brasile per mostrare le sue attrazioni naturali, le sue vivaci città e, ovviamente, le indiscusse capacità calcistiche – afferma il presidente di Embratur, Flávio Dino – Il settore del turismo genera quasi il 3% del PIL nazionale e crea lavoro per circa 10 milioni di persone che saranno direttamente coinvolte nell'evento”.

Bilancio positivo per il roadshow del Sudafrica

Circa 300 agenti hanno partecipato all'edizione 2013 del 'Big 5 Roadshow – Special Edition iFundi' organizzato da South African Tourism a Bari, Bologna, Firenze, Padova e Milano. Il roadshow ha visto que-

st'anno un'importante novità: il lancio di iFundi, l'innovativo corso di formazione on line dedicato agli agenti. “Siamo convinti che questo nuovo progetto multimediale, che prevede 70 video suddivisi in dieci categorie, possa favorire una migliore conoscenza del Paese da parte degli agenti di viaggi ed aiutarli a proporre e vendere meglio la destinazione – dichiara Lance Littlefield, country manager Italia di South African Tourism – Ci auguriamo che gli agenti continuino a rispondere bene all'iniziativa, partecipando sempre più numerosi al corso”. Da Nord a Sud, gli iscritti al roadshow hanno avuto l'opportunità di incontrare 15 trade partner tra cui catene alberghiere e lodge, enti del turismo locali, operatori incoming DMC, compagnie aeree e tour operator italiani, che hanno partecipato all'evento itinerante insieme all'ente. “Milano si conferma come primario bacino di utenza, ottimi riscontri anche a Firenze e Padova – continua Littlefield – Anche i nostri partner sono rimasti soddisfatti dell'evento, sottolineando il grande interesse dimostrato dagli agenti verso la destinazione e la curiosità nei confronti dei nuovi prodotti presentati”. In ogni tappa sono stati selezionati alcuni agenti di viaggi che avranno la possibilità di conoscere il Sudafrica in prima persona grazie ad un educational tour previsto nel 2014. I 22 fortunati agenti partiranno alla volta della nazione arcobaleno per approfondire sul campo i temi trattati durante il roadshow, sperimentando direttamente le incredibili esperienze che il Paese riserva a tutti i suoi visitatori.

2014

CAPODANNO A BARCELLONA

CON GRIMALDI LINES IN MINICROCIERA
DAL 28 DICEMBRE AL 3 GENNAIO



ATTACHE

A PARTIRE DA
349*€

Programma e condizioni di vendita su www.grimaldi-lines.com
Puoi prenotare con Grimaldi Lines al numero 081 496 444
o via mail ad info@grimaldi.napoli.it
oppure presso la tua agenzia di viaggi di fiducia.

(*) a persona in sistemazione quadrupla interna, pasti e diritti inclusi come da programma.


GRIMALDI LINES

L'Egitto si riprende la scena

La Farnesina revoca lo sconsiglio e i tour operator ripartono annunciando nuovi investimenti sul Mar Rosso, a conferma di una fiducia immutata nei confronti della destinazione

S consiglio revocato, comparto sollevato. Un clima di diffusa fiducia è infatti seguito alla decisione dell'Unità di Crisi della Farnesina di diffondere l'Avviso con il quale torna la luce verde sulle località turistiche del Mar Rosso (Sharm el Sheikh, Marsa Alam, Berenice e Hurgada) e su quelle dell'alto Egitto (Luxor e Assuan). I tour operator, quindi, rimettono in moto la macchina delle partenze soprattutto a ridosso di Natale, scommettendo sulle festività per far tornare i nostri connazionali in un'area che rappresenta un vero e proprio evergreen della vacanza. L'ottimismo degli addetti ai lavori è palpabile, come la motivazione di riportare in auge una meta di fatto insostituibile. Alpitour sceglie il 21 dicembre per far decollare i voli da Milano Malpensa, Verona, Bergamo, Bologna, Fiumicino, Bari e Napoli alla volta di Sharm El Sheikh, Marsa Alam ed Hurgada "Per quanto riguarda le strutture alberghiere – si legge nella nota dell'operatore – abbiamo deciso di proporre l'intera gamma di prodotto per poter dare una risposta adeguata a qualsiasi tipo di esigenza". Stessa data per Veratour, che annuncia anche nuovi investimenti nell'area dalla prossima primavera. Non solo "sono nuovamente prenotabili il Veraclub Queen Village a Sharm El Sheikh ed il nuovo Veraclub Radisson Blu El Quseir a Marsa Alam", ma dal primo marzo entra a far parte della programmazione dell'operatore romano anche il Veraclub Reef Oasis di Sharm El Sheikh. La capacità di Veratour sul mercato sarà dunque di oltre 1.500 camere a settimana. Sempre il 21 dicembre sarà il turno di In-

Viaggi, che riapre Marsa Alam, Sharm El Sheikh e Hurgada con la programmazione Orange Club e Apple Style. Anche Turisanda sceglie il fatidico 21 dicembre, quando inaugurerà un'offerta ampliata con un nuovo catalogo di 52 pagine, valido fino ad aprile 2014. La brochure vede sensibilmente rinnovata ed incrementata la programmazione su Sharm el Sheikh, dove fa il suo esordio il Reef Oasis Blue Bay Resort & Spa, 5 stelle molto conosciuto ed apprezzato sul mercato italiano, ubicato nella baia di El Basha. "Stiamo lavorando per inaugurare la stagione invernale con le partenze del 21 dicembre per Marsa Alam e del 21 e 22 per Sharm el Sheikh da Milano, Roma, Verona e Bologna", dice Barbara Paganoni, development & contract manager dell'operatore. Ribadiscono l'impegno, in alcuni casi anche rafforzandolo, operatori come Phone&Go, Eden Viaggi e Settemari, che hanno ripreso le partenze per la destinazione sotto sconsiglio. In particolare, Phone&Go rende subito operativo il nuovo impegno voli per l'Egitto che aveva già pronto nel cassetto, scendendo in campo con un piano di attacco che vale 1.350 posti volo a settimana in partenza dai principali aeroporti italiani con Meridiana Fly dal 21/12 al 05/01 e dal



Visto più caro dal prossimo anno

Egitto più caro dalla prossima primavera. Una nota dell'Ufficio del Turismo Egiziano, infatti, comunica l'aumento del costo del visto turistico d'ingresso nel Paese dei faraoni da 15 a 25 dollari dal primo maggio 2014.

22/02 al 04/05. Sul fronte Eden Viaggi, una nota dell'operatore avverte che "le partenze per Marsa Alam sono già attive dal 19 ottobre. Il nostro Eden Village Gemma Beach Resort ha già registrato più di mille presenze nelle tre settimane di soggiorno dalla riapertura". Il tour operator pesarese ha ripreso le operazioni verso Sharm el Sheikh a partire dal 16 novembre 2013. I primi voli sono partiti dagli aeroporti di Milano Malpensa e Roma Fiumicino, diretti all'Eden Village Tamra Beach, struttura di punta sulla destinazione. Anche Settemari aveva già riaperto i viaggi su Marsa Alam dallo scorso 19 ottobre, con una media di 300 persone a settimana. "Le prime date utili per Sharm El Sheikh sono in calendario dal prossimo 22 dicembre – spiega una nota dell'operatore torinese – con il Settemari Club Sea Club e Settemari Club Sea Life & Gardens con trattamento all inclusive". I voli saranno effettuati da Bergamo, Bologna, Roma, Milano e Verona. "Attendevamo questa notizia da giorni e i segnali del mercato ci danno molta fiducia", ha detto il presidente Mario Roci.

Astoi: non esiste alcuna certificazione per gli operatori che programmano l'Egitto

Tempo di tirare un sospiro di sollievo per la revoca dello sconsiglio che subito voci infondate hanno minacciato la soddisfazione generale. Astoi Confindustria Viaggi ha ritenuto dunque importante diramare una nota scritta in pieno accordo e coordinamento con l'Unità di Crisi della Farnesina. In tale nota si fa chiarezza circa informazioni mendaci diffuse di recente: "In ragione delle numerose richieste di chiarimento pervenute all'attenzione della nostra Associazione circa presunte certificazioni rilasciate dal MAE e previste per gli operatori che programmano l'Egitto, riportiamo le considerazioni che seguono: non esiste alcuna certificazione ufficiale rilasciata o richiesta dal MAE per gli operatori che programmano l'Egitto – è scritto nella nota - Il passaggio dell'Avviso sull'Egitto diramato dalla Farnesina in cui 'si raccomanda di affidarsi a Tour Operators in grado di assicurare ottimali cornici di sicurezza, evitando viaggi singoli e/o organizzati da agenzie od operatori non certificati' fa chiaramente



riferimento ai requisiti di professionalità, affidabilità ed esperienza che ciascun operatore riesce a guadagnarsi sul campo, mentre con la dicitura 'non certificati' la Farnesina intende semplicemente suggerire ai nostri connazionali di non affidarsi a soggetti non muniti dei requisiti indispensabili ex lege per operare nel nostro Paese quali, ad esempio, l'autorizzazione, la licenza, l'assicurazione obbligatoria, etc". L'associazione, dunque, specificando che l'Avviso è stato "redatto in piena autonomia dall'Unità di Crisi" ed è "presente da anni in varie formulazioni", si dichiara "concorde sull'invito ad affidarsi a soggetti che abbiano tutte le carte in regola per organizzare viaggi, dal momento che si tratta di un suggerimento volto a tutelare in primis i consumatori e, al contempo, la categoria che, da sempre, ha interesse a contrastare 'malpractices' in tal senso".

Valentina Maresca

Swan Tour: Attenzione al pricing

Un punto di vista particolare è quello di Georges Adly Zaki, e questo per due motivi: non solo perché è il presidente di Swan Tour, cui l'Egitto fornisce il 60% medio annuo di fatturato, ma anche perché è legato da un filo diretto con un Paese che gli ha dato i natali ed in cui ha vissuto sino all'età di vent'anni: "Con l'abrogazione dello sconsiglio sul Mar Rosso, certamente siamo ottimisti. Sappiamo che in poco tempo l'intero Egitto tornerà al suo apice. Proprio in questi giorni stanno arrivando tantissime prenotazioni per Natale, Capodanno ed Epifania, che coincide con la nostra riapertura del 21 dicembre. In queste occasioni è importante, a mio parere, saper aspettare e non farsi prendere dalla tentazione di aggiungere programmazioni alternative ma simili, perché quando il Mar Rosso torna, queste ultime spesso franano. Ora sarà importante riequilibrare le quote di questa destinazione. Ovviamente stiamo riaprendo con prezzi molto promozionali che devono aiutare le agenzie a rimettere in moto la destinazione, ma poi dovrà essere, secondo me, obiettivo comune di tutti, operatori e distributori, non persistere con quote non in linea, per evitare di inflazionare una destinazione che deve tornare ai giusti prezzi per il rapporto con la qualità. A destinazione chiusa – prosegue Zaki – abbiamo potuto percepire quanto questo Paese continui ad essere nelle preferenze degli italiani, quanto se ne sia sentita la mancanza nelle agenzie. I clienti erano quasi seccati da uno sconsiglio che non permetteva loro di partire per quelle località che considerano familiari, sicure, vicine e molto 'friendly'. Il tour operator ha scelto di attenersi scrupolosamente allo sconsiglio della Farnesina ed il presidente di Swan Tour motiva così questa decisione: "Ho valutato che fosse la decisione più idonea per garantire una vacanza serena in un ambiente confortevole per i clienti. Spesso non è solo una questione di sicurezza, ma anche di opportunità".

Meraviglie natali

In giro per mercatini a poche settimane dalle feste di fine anno nell'incantevole scenario trentino

Sporting Club Residence di S. Martino di Castrozza



Trento



Cavalese

Temperature frizzantine, montagne innevate, una miriade di piste da sci, tanti Mercatini di Natale e presepi tipici. Tra le imponenti Dolomiti già si sentono i profumi e le melodie che annunciano le festività. Il Trentino, con i suoi suggestivi paesini custodi di antiche tradizioni e località circondate da trame di piste da sci, riserva molte sorprese a grandi e bambini. In particolare Dolomiti ClubRes offre soluzioni personalizzate adatte davvero ad ogni tipo di esigenza in posti incredibili, come per esempio la Val di Fiemme dove a Cavalese (TN) sorge il Centro Vacanze Verona o l'anima pulsante dello sci di San Martino di Castrozza (TN). Sono questi i luoghi strategici per vivere la montagna ma anche per conoscere il cuore della tradizione

natalizia, racchiusa nei Mercatini di Natale. La piazza Walther di Bolzano, tra il Duomo e palazzi storici è senza dubbio sede di uno dei più suggestivi incontri di bancarelle natalizie rischiarate dalle calde luci abbronzate. Dal 29 novembre 2013 al 6 gennaio 2014, ricette speziate, biscotti fatti in casa, Zelten e Strudel fanno bella mostra di sé invitando i visitatori a deliziosi assaggi e bollenti sorsi di vin brulé.

Il tour del Natale può continuare tra gli scenari da fiaba di Merano con la sua passeggiata Lungo Passirio, tra le canzoni tradizionali intonate da gruppi di musicisti che sanno come creare la giusta atmosfera. Sempre dal 29 novembre al 6 gennaio, si possono scoprire le tante idee regalo del mercatino di Bressanone o tuffarsi tra le prelibatezze gastronomiche tipiche, oppure regalarsi l'emozione di vedere il Castello medievale di Brunico circondato dalle luci degli stands di legno vestiti a festa.

Candele colorate, pezzi d'artigianato, speciali regali e dolci deliziosi non mancano neppure a Trento, che dal 23 novembre al 30 dicembre 2013 rinnova una tradizione sempre più affascinante. Poco distante da Cavalese e da San Martino di Castrozza c'è anche Tesero, il cui centro storico ospita una grande esposizione di presepi a cielo aperto. È però dal 7 dicembre 2013 al 12 gennaio 2014 che lo spettacolo va in scena, sui davanzali delle finestre, gli antri delle cantine, nelle tipi-

zie tra le Dolomiti

che'corte', passaggi coperti tra vicoli e viuzze.

E per soggiornare qualche giorno il Centro Vacanze Verona di Cavalese (TN) è ideale per le famiglie con bimbi. Dall'alto della collina di Cerano domina un paesaggio incantato sulla Val di Fiemme e le piste del Cermis, ideale per una vacanza in totale libertà. Oltre gli appartamenti dotati di ogni comfort, anche di angolo cottura, (se si preferisce la formula Residence), si aggiungono tanti servizi complementari da scegliere secondo le proprie necessità. I bimbi dai 3 ai 12 anni hanno a disposizione il Kinny Winter Club, per ben 12 ore al giorno e l'asilo sulla neve di Cermislandia. Se si preferisce la formula hotel, ci sono le stanze mansardate per 3 o 4 persone, mini suite per le coppie o grandi Family Suite per le famiglie. Il centro benessere Aquavitalis è un concentrato di servizi e trattamenti super rigeneranti.

Ai piedi delle maestose Pale di San Martino c'è invece lo Sporting Clubresidence San Martino di Castrozza, vicinissimo agli impianti da sci di Colverde. Dal 22 dicembre 2013 al 25 marzo 2014 per i bambini sarà come vivere una favola, grazie al ricco programma di giochi ed escursioni tra le vette innevate con il Kinny Baby Club e Family Fun. C'è anche un Fanny skibus che accompagna i bimbi sulle piste o al palazzetto dello sport. Appartamenti in stile alpino super accessoriati fanno parte dell'offerta della formula Residence, ma si può scegliere anche la formula Aparthotel in camera o family room, con trattamento b&b o di mezza pensione. Il ristorante "Antichi Sapori" permette una variegata scelta di piatti prelibati che nascono dalla

cucina trentina, ma si prestano a creative rivisitazioni. Il centro wellness accoglie tutti gli ospiti con un ambiente intimo e rilassato, tra piscina, sauna, bagno turco, thepidarium e molto altro ancora.

A soli 300 metri da San Martino di Castrozza sorge poi il Relais Club Residence, che offre un'atmosfera tranquilla, fuori dal caos del centro. Giochi e spazi per i bimbi sono assicurati, così come una comoda terrazza solarium, giardino e parcheggio. Il Relais è proprio sull'anello del fondo e vicinissimo agli impianti da sci. Venticinque raffinati appartamenti compongono questa struttura, adatta ad ogni esigenza. Tutti gli ospiti del Relais Clubresidence hanno accesso gratuito ai servizi per bimbi, al centro benessere e al ristorante dello lo Sporting Clubresidence.

Laura Iannone



Merano



Centro Vacanze Verona

Turisti (non) per caso nel regno Ferrari

A Maranello nasce un progetto che, puntando sull'appeal della Rossa, mette in rete le eccellenze del territorio. E i turisti dimostrano di gradire

La Ferrari vince sempre, anche quando in pista non taglia per prima il traguardo. Lo sanno bene a Maranello, dove attorno a quello che è uno dei simboli dell'eccellenza industriale italiana, ruota un interessante progetto di marketing territoriale che guarda con favore al fenomeno turistico. Fra i principali brand che reclamano il made in Italy nel mondo, l'azienda del vecchio Drake è l'inconsapevole (o meno) ispiratrice di Maranello Welcome, ossia il progetto che, puntando sull'attrattore Ferrari, mette in rete le imprese che concorrono a realizzare un prodotto turistico che pone al centro la grande azienda presieduta oggi da Luca Cordero di Montezemolo. Per movimentare il loro soggiorno, gli ospiti hanno a disposizione un ricco carnet di proposte, dalle visite ai siti culturali e storici alle degustazioni enogastronomiche fino alla scoperta del mondo in Rosso Ferrari con possibilità, addirittura, di test drive. La formula sembra funzionare ed essere interessante per altre esperienze del genere già in itinere. "L'esperienza di Maranello è forse unica in Italia – spiega Lucia Bursi, sindaco della cittadina modenese – Il fattore che ha più inciso sullo sviluppo turistico del territorio è, oltre alla presenza dell'azienda, l'apertura a inizio anni Novanta della Galleria Ferrari, oggi Museo Ferrari di Maranello, che con 300 mila visitatori l'anno da tutto il mondo – è la cifra stimata per il 2013 – rappresenta una fonte di attrazione fortissima". Quello di Maranello Welcome è un progetto che vede impegnato in maniera decisiva il Comune. "L'idea è quella di una rete di offerta turistica che partendo dalla presenza del mito Ferrari si allarghi

a tutte le altre eccellenze del territorio, dall'enogastronomia ai beni culturali e paesaggistici. Da tempo come amministrazione comunale stiamo lavorando in questa direzione, collaborando sia con soggetti privati – ad esempio con la costituzione del Consorzio Maranello Terra del Mito – che con le altre realtà istituzionali limitrofe".

I soggetti principali coinvolti sono tre: il Consorzio Maranello Terra del Mito, la società Maranello Communication e il marchio Maranello Made in Red"ma sono ovviamente coinvolte – fa notare il sindaco – anche le decine di imprese aderenti al Consorzio, a rappresentare il variegato tessuto economico del territorio". L'avvio del progetto sembra aver modificato di fatto anche alcune attitudini imprenditoriali della zona. "Il numero di attività alberghiere e ristoranti a Maranello sono aumentate dalle 61 del 2007 alle 91 del 2012". D'altra parte le prospettive sono interessanti. "Da un recente studio della Camera di Commercio di Monza e Brianza, è emerso che la presenza del brand Ferrari a Maranello vale, in termini assoluti, oltre 7 miliardi di euro, la cifra più alta registrata su tutto il territorio nazionale".

Interpellati sulla bontà dell'iniziativa, i turisti hanno mostrato di gradire questo tipo di proposta: "Il giudizio è stato decisamente positivo. Sono stati molti quelli che hanno manifestato l'esigenza di una proposta turistica allargata alle altre eccellenze del territorio, come i percorsi enogastronomici su prodotti tipici della provincia di Modena: è proprio la direzione in cui vogliamo continuare a lavorare".

Antonio Del Piano



Lucia Bursi



King Holidays nuovo Marocco in agenzia

Torna in tutte le agenzie di viaggi il Marocco di King Holidays con il nuovo catalogo monografico valido fino al 31 marzo, a copertura dell'intera stagione autunno/inverno. La brochure è caratterizzata dalla consueta ricca offerta di tour di gruppo, circuiti individuali, soggiorni in libertà e self drive. Da segnalare, tra le novità, il potenziamento del tour delle Città Imperiali, da sempre il prodotto più venduto del tour operator: accanto alla formula tradizionale di gruppo a date fisse in pensione completa, da quest'anno è disponibile la versione 'Città Imperiali Exclusive' con partenze su base individuale tutti i giorni, che offre la possibilità di scegliere le sistemazioni alberghiere in funzione delle esigenze, delle aspettative e del budget del cliente. Si parte con i 4 stelle turistici in mezza pensione, ideali per chi vuole spendere poco, e si prosegue con i 5 stelle di prima categoria, sempre in mezza pensione. Si passa poi ai riad e si chiude con la soluzione 'deluxe', che prevede la sistemazione in hotel 5 stelle della catena Sofitel. Riconfermati il tour di gruppo 'Sud e Kasbah', un altro best seller della programmazione, ed il tour 'Marocco Discovery'. Il tour operator garantisce un'assistenza costante: si può optare per i tour privati con autista e guide locali, oppure per la classica formula del self drive. Gli itinerari sono flessibili ed associano alla visita dei luoghi più rinomati alcune escursioni a tema: da segnalare, ad esempio, la possibilità di trascorrere due giorni nel deserto in un campo tendato con cena berbera sotto il cielo stellato. Non mancano i city-break con Casablanca, Fes, Agadir e Marrakech, dove è disponibile anche la formula 'King Light'.

Monografico Caraibi per America World

America World, il tour operator di Quality Group, punta sull'arcipelago caraibico con il catalogo monografico 'Caraibi & Crociere'. "Abbiamo voluto dare una risposta all'esigenza del mercato di sviluppare la proposta su quest'area - afferma Valeria De Bonis, Caribbean product manager America World - Abbiamo inserito una sezione molto ampia dedicata alle crociere: dalle grandi navi Carnival ai velieri di Star Clippers e, per gli appassionati, la possibilità di itinerari in barca a vela e catamarano". Incentrato su proposte per una fascia di clientela medio-alta, il nuovo monografico si rivolge in particolare a coppie in viaggio di nozze, famiglie, amanti dello sport e del benessere, con particolare attenzione al segmento golf. La gamma di itinerari copre tutte le isole caraibiche, dalle più conosciute a quelle meno note.

Il Diamante a tutto Nord

Scommessa 'boreale' per Il Diamante pronto a lanciare il nuovo catalogo 'Scandinavia e Islanda 2014'. "Abbiamo raggruppato proposte ad hoc in Svezia, Finlandia, Norvegia ed Islanda per studiare questo fenomeno", spiega Lara Chinotti, product manager Scandinavia ed Islanda dell'operatore del Consorzio Quality Group. Valido da dicembre ad aprile 2014, 'Le Luci del Nord' contiene proposte per tutto il target in ognuna delle tre Lapponie del Nord Europa: dalla Rovaniemi di Babbo Natale alle crociere in Hurtigruten per vedere l'aurora boreale direttamente dal mare, fino al parco naturale di Abisko per i più avventurosi. Il Diamante lancia per San Valentino una proposta extra catalogo: dal 13 al 16 febbraio tre giorni a Tromso, in Norvegia, con rito sciamanico incluso per affidare le proprie promesse d'amore alla luce delle lanterne.

ttl 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.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)

T.: [+39] 02 931991 r.a.
F.: [+39] 02 93900771
E.: ttl@ttltake.it

ttl
logistica per il turismo

Apri Palazzo Montemartini Cinque stelle brillano su Roma



Nel cielo di Roma brillano cinque stelle in più. Sono quelle di Palazzo Montemartini, il prestigioso hotel che ha aperto le porte in pieno centro, a pochi passi dalla Stazione Termini, adiacente alle Terme di Diocleziano, e vicino alla Chiesa di Santa Maria degli Angeli disegnata da Michelangelo. Palazzo Montemartini è stato acquistato nel 2008 dal Gruppo Ragosta con l'obiettivo di trasformarlo in un lussuoso e contemporaneo hotel 5 stelle. Nel luglio 2009 sono iniziati i lavori di restauro, terminati nella prima parte del 2013; l'albergo ha attuato quindi ad agosto il suo soft opening che sarà concluso all'inizio del prossimo anno con il Grand Opening che lo consegnerà ufficialmente alla città. Il nuovo prestigioso hotel è l'unica struttura alberghiera di Roma attraversata da parte delle Mura Serviane, risalenti al VI secolo A.C. e costruite durante il regno dell'Imperatore Servio Tullio. La struttura di fine '800 è entrata quindi a far parte del patrimonio di Ragosta Hotels Collection e rinasce con una nuova veste, quella alberghiera, che sposa gli elementi classici, quali i marmi, gli stucchi e i tratti di un antico palazzo con uno stile contemporaneo, high-tech con tutti i comfort di un albergo di ultima generazione. Palazzo Montemartini strizza l'occhio a coloro che viaggiano sia per piacere che per affari. Con la propria corte interna ed il cortile privato, mette a disposizione 82 eleganti camere e suite suddivise in '10 famiglie tipologiche', fra cui Superior, De Luxe, Gran De Luxe, SPA Junior Suites, Business Junior Suites e poi una Noble Suites e una Penthouse Suite rispettivamente di 260 e 300 metri quadrati.

Una nuovo prestigioso albergo entra a far parte del patrimonio di Ragosta Hotels Collection

Il ristorante Gourmet

Il ristorante & lounge bar Senses, con vista sulle Mura Serviane, è il luogo privilegiato d'incontro per scoprire le proposte dei nostri maestri di cucina ed esperti mixologist. L'angolo della Champagneria offre un'ampia carta delle bollicine con sfizi italiani, in un piacevole contesto circondati da colonne, marmi ed acqua e con una estensione all'aperto nel giardino accanto alle Mura Serviane. Menu vegetariano e per bambini. Servizio in camera 24 ore su 24.

La proposta Meetings & Events

L'albergo è dotato di ampi spazi polivalenti e multifunzionali: quattro sale riunioni con una capienza massima da 10 a 120 persone, 5 business suite attrezzate con sale riunioni private, terrazza di 120 mq ed il giardino di 900 mq rappresentano degli spazi unici per qualsiasi tipo di manifestazione all'aperto.

Nel regno di Wellness & Beauty

Uno dei fiori all'occhiello della nuova struttura romana è l'esclusiva ExPure SPA da 600 mq. Il centro gode di luce naturale e dispone di 3 sale dedicate ai trattamenti, una piscina riscaldata di 12 metri ed una piscina rigenerante e idroterapica, protagoniste di percorsi di inatteso e ritemprante piacere. La SPA inoltre offre un hammam, una sauna, una stanza del sale, docce cromo terapiche, piccola palestra attrezzata ed un'area relax con un corner per la degustazione di tisane. Nelle otto SPA Junior Suite gli ospiti hanno a loro disposizione una piscina privata in pietra dotate di idromassaggio, area sauna & hammam.

Laura Iannone



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



Ponte delle Torricelle

Padova

il piacere di sorprendersi

A spasso nella bella città veneta, per scoprire come la storia dell'arte e della cultura abbia segnato tappe fondamentali in quell'Italia considerata, a torto, minore

Servizio di
Antonio Del Piano

Padova, te l'aspettavi? Devo essere sincero, no, non me l'aspettavo. L'italico vizio di guardare all'erba del vicino che sembra ogni volta più bella, ci impedisce spesso di scorgere nel nostro giardino fiori più interessanti, gradevoli nell'aspetto e, soprattutto, già pronti per essere colti. Forse anche per la bella città del Santo è così. Si dice Veneto infatti, e pensi a Venezia. Certo ma, come sosteneva una canzone di qualche anno fa quando recitava che le donne, oltre le gambe son di più, anche il Veneto, oltre Venezia è (molto) di più. Per rendersene conto non bisogna nemmeno fare un giro largo. Padova dista appena trenta chilometri dalla città dei Dogi ed ha tanta storia da raccontare, di quelle che proprio non riescono a non affascinarti. Certo, in un giorno non vedi tutto. E quindi è meglio munirsi di una PadovaCard (la carta integrata musei e trasporti per

i turisti) e approfittare dell'ospitalità locale, magari per uno short break e godere il meglio di una città, e della sua provincia, che trasuda arte e storia. Fra i tanti aspetti di Padova, ve ne suggeriamo alcuni che troverete sicuramente interessanti.

La città dei tre senza

Partiamo da qua, dalle definizioni per eccellenza che di Padova rappresentano il biglietto da visita. È la Città dei tre Senza perché i suoi luoghi più caratteristici manifestano qualche... assenza. È Senza nome perché Sant'Antonio, vero padrone di casa a Padova, è semplicemente chiamato Il Santo. È Senza Erba perché l'erba non c'è nella grande piazza di Prato della Valle. È Senza Porte perché uno dei luoghi storici della città patavina è il Caffè Pedrocchi (da assaggiare qui il caffè alla menta) che non chiude mai ed è per questo, senza porte.

Incoming

La basilica di Sant'Antonio

È una delle più importanti della cristianità. Il culto del Santo portoghese richiama a Padova ogni anno decine di migliaia di pellegrini da tutto il mondo e anche amanti dell'arte perché la cappella ospita opere importanti come l'Altare Maggiore realizzato da Donatello e la Cappella e l'Altare della Tomba di Tiziano Aspetti. Le cupole sono in stile bizantino mentre la facciata è in stile romanico. Da vedere, oltre la Tomba del Santo, anche i sette Chiostrì del complesso religioso.



Basilica di Sant'Antonio da Padova

La Cappella degli Scrovegni

Fra le più importanti testimonianze artistiche di Padova, ci sono quelle conservate nella Cappella degli Scrovegni che ospita uno dei principali cicli pittorici del Trecento, opera di Giotto. Intitolata a Santa Maria della Carità, la cappella è stata affrescata tra il 1303 e il 1305 dal Maestro su incarico di Enrico degli Scrovegni, ricchissimo banchiere padovano, a beneficio della sua famiglia. La narrazione degli affreschi si snoda su quattro registri, raccontando le storie della Vergine e di Cristo, mentre nella controfacciata è dipinto il grandioso Giudizio Universale, con il quale si conclude la vicenda della salvezza umana. L'altare maggiore è ornato da statue di Giovanni Pisano. L'accesso agli affreschi di Giotto è regolarizzato con turni di visita: 25 persone alla volta con ingresso ogni 15 minuti. È prevista una sosta di circa 15 minuti presso il corpo tecnologico.

Padova la dotta

Il sapere e la conoscenza sono il cuore del patrimonio patavino. L'Università è rinomata anche per le presenze illustri che si sono alternate fra le sue cattedre. Ed a proposito di cattedre, a Palazzo del Bo c'è ancora quella da cui Galileo Galilei trasmetteva le sue conoscenze agli allievi nella Scuola Grande dei Leggisti, l'attuale Aula Magna, riccamente decorata di stemmi originali e di stucchi.

Visitando il palazzo dell'Università di Padova, non si



Villa Contarini

può non fare un salto al Teatro Anatomico in cui, nel solo mese di febbraio di ogni anno, gli studenti di Medicina approfondivano le conoscenze del corpo umano grazie allo studio diretto (oggi si direbbe 'live') dei suoi componenti. Qui infatti, la pratica sposava la teoria e con la dissezione di corpi umani praticata dai loro professori, i futuri dottori davano 'corpo' alle nozioni apprese sulla macchina umana. Sembra una rappresentazione un po' macabra di uno 'spettacolo' cui invece gli allievi facevano a gara per assistere. E dalle posizioni migliori dell'anfiteatro ellittico!

Fra parchi e giardini storici

Fra i punti di eccellenza della proposta culturale di Padova c'è anche l'Orto Botanico, Patrimonio dell'Unesco e primo Giardino Botanico universitario fondato nel 1545. Qui si possono osservare ben 3500 specie diverse di piante, da quelle acquatiche a quelle carnivore, fino a quelle officinali. L'Orto appresenta, insieme al Parco Letterario dei Colli Euganei recentemente istituito, la punta di diamante di un sistema di parchi e giardini che nel corso dei tempi hanno visto il passaggio di personaggi di grande rilievo, come Petrarca, Galileo, Byron, Goethe e Stendhal che qui venivano a svernare in cerca di riparo e pace. Non a caso la provincia di Padova propone oggi un susseguirsi di parchi storici, viali, orti botanici e giardini verdi che sono il frutto della cosiddetta civiltà delle ville venete e delle conoscenze e delle capacità di ingegneri, architetti, botanici, paesaggisti e tecnici che hanno saputo plasmare una natura rigogliosa, dando vita a giardini regolari e geometrici, oppure a fantasiosi ed eclettici, angoli con peschiere e laghetti, cascate e giochi d'acqua, e ancora grotte, ghiacciaie e labirinti.

A Cittadella per un salto nel medioevo

Padova è città di portici di stampo medievale di cui rimangono le testimonianze di antiche porte, mura e bastioni. Ma il Medioevo rivive anche nel territorio della provincia attraverso le storie raccontate dai piccoli borghi dove si celano grandi tesori. Parliamo di Cittadella, Monselice, Este e Montagnana, le cosiddette città murate. Una passeggiata tra i vicoli e le piazze cinte da possenti mura medievali è un tuffo



Caffè Pedrocchi



Prato della Valle



Portici a Padova



Cittadella

nel passato e nella storia e dà la possibilità di osservare talvolta da vicino, veri gioielli di storia ed architettura che rappresentano a volte anche primati tutti italiani. È il caso di Cittadella, unico borgo in Europa a pianta ellittica. Si trova a circa 30 chilometri a nord di Padova. Qui da giugno scorso è possibile percorrere l'antico camminamento di ronda (un chilometro e mezzo di lunghezza) e vedere la città e il panorama da un punto strategico a 14 metri d'altezza.

Per saperne di più

Ovviamente Padova è molto di più. Basti pensare ai suoi riti (quello dello Spritz per esempio), all'offerta enogastronomica della città e delle colline, alle famose terme dei Colli Euganei. Per chi volesse approfondirne la conoscenza, è possibile rivolgersi al Consorzio di Promozione Turistica di Padova (tel. 049.8033069 – www.padovaincoming.it) oppure visitare il sito www.welcomepadova.it.



Orto botanico

Nelle ville venete a bordo del Burchiello

Padova è anche città di fiumi e di canali, dove anche la nebbia autunnale del mattino riesce ad affascinarci. E gli stessi canali portano il turista alla scoperta di un'altra parte dell'immenso patrimonio storico della provincia, quello delle ville venete che cadenzano il paesaggio lungo il viaggio che i battelli compiono dalla città del Santo fino a Venezia. Si può partire alle 8 del mattino per una romantica crociera a bordo del Burchiello, il battello che dal Portello, antico scalo fluviale della città, salpa per percorrere il Brenta per trenta chilometri che corrono fra le due città. Mentre il tempo scorre fra navigazione e l'attraversamento di alcune chiuse che rendono ancora più avvincente il tragitto, si possono ammirare le costruzioni storiche che sorgono sulle due sponde.

E facendo tappa in alcune di esse per ammirarne da vicino arredi e capolavori che raccontano una buona parte della storia d'Italia e d'Europa, dove quasi echeggiano le voci del passato e il fasto delle corti di quel tempo. Da nord a sud e da est ad ovest la provincia è ornata di ville di ogni epoca che riflettono lo stile di importanti architetti: Andrea Palladio, Falconetto, Sansovino, da Valle, Moroni, Scamozzi tanto per citarne alcuni. Le decorazioni sono affidate ad artisti indiscussi: Paolo Veronese, Lambert Sustris, ma anche Zelotti, Fasolo, Tintoretto e Tiepolo. La regina delle Ville Venete è Villa Pisani. Costruita a partire dal 1721 su progetto di Gerolamo Frigimelica e Francesco Maria Preti per la nobile famiglia veneziana dei Pisani, la villa ha ospitato nelle sue 114 stanze dogi, re ed imperatori. Oggi è un museo nazionale che conserva arredi e opere d'arte del Settecento e dell'Ottocento, tra cui il capolavoro di Gianbattista Tiepolo Gloria della famiglia Pisani, affrescato sul soffitto della maestosa Sala da Ballo. Ieri, come oggi, il parco incanta per le scenografiche viste, le originali architetture, dalla Coffee House all'Esedra, il famoso labirinto di siepi, tra i più importanti d'Europa, la preziosa raccolta di agrumi nell'Orangerie e di piante e fiori nelle Serre Tropicali. Per la sua monumentalità è stata scelta più volte per incontri ufficiali tra capi di stato e personalità di governo: da Napoleone Bonaparte allo zar di Russia Alessandro I fino all'incontro tra Mussolini e Hitler. La maggiore concentrazione di ville la troviamo a Mira mentre ad Oriago è prevista la pausa pranzo lungo un percorso che alle 7 di sera farà toccare terra a Venezia. Non prima però di aver sostato a Villa Foscari in quel di Malcontenta. Fra gli altri edifici residenziali di valore storico del territorio padovano, per la bellezza e la sua 'storia' va ricordata Villa Contarini a Piazzola sul Brenta. Prima Castello dei Carraresi, poi palazzo della famiglia Contarini dalla metà del '500, fu nella seconda metà del '600 grande reggia e 'foresteria' della repubblica veneziana, luogo di feste e di invenzione artistica e musicale. Da vedere. Come tutto il resto.



 Blue Panorama
airlines

AUTÉNTICA
Cuba
AUTENTICACUBA.COM



CUBA

Havana e Santiago de Cuba
da Roma

Havana, Cayo Largo, Santa Clara e Holguin
da Milano

da €665* ALL INN



*Le tariffe sono da intendersi valide per periodi di bassa stagione e soggette a disponibilità.
Cambi e rimborsi soggetti a restrizioni.

 Blue Panorama
airlines

Call Center 06.98.95.66.66
www.blue-panorama.com
www.blu-express.com

Il mercato spiega la 'sua' Toscana

Al Buy Tuscany i tour operator esteri mettono in risalti pregi e difetti dell'offerta. Tutti d'accordo sull'appeal della regione ma da Cina e paesi nord Europei arriva qualche critica

Servizio di
Antonio Del Piano

Toscana bellissima, ma dovete migliorare la qualità dei servizi e abbassare i prezzi. E' quanto emerso dall'incontro 'Sharing Tuscany' – La domanda si presenta all'offerta', appuntamento ideato da Toscana Promozione come evento inaugurale della quinta edizione di Buy Tuscany. Un evento innovativo che, per la prima volta in Italia, ha fatto salire sul palco non l'offerta ma la domanda turistica internazionale, per conoscere come siamo visti dall'estero e capire cosa va migliorato per fidelizzare i turisti stranieri e incrementare i flussi dall'estero.

"Far salire sul palco la domanda invece dell'offerta – ha spiegato Alberto Peruzzini, dirigente del settore turismo di Toscana Promozione, al termine dell'incontro – è stata una decisione tanto innovativa quanto coraggiosa per dare la possibilità ai nostri operatori di prepararsi al meglio per i successivi incontri di business. L'idea nasce dalla consapevolezza che la nostra Regione è apprezzata ed amata in tutto il mondo ma che è necessario lavorare sugli elementi di debolezza della nostra offerta per crescere ulteriormente nei mercati esteri. I tour operator che sono intervenuti rappresentano paesi i cui flussi turistici verso la Toscana sono in costante crescita.

La Cina, solo nel primo semestre di quest'anno, ha fatto registrare un + 25.2% in arrivi; i Paesi Bassi del 6.7%. Altri, come il Suda-

frica, rappresentano, invece, il futuro. Ascoltare i loro desideri e capire come è percepita la destinazione Toscana dai turisti stranieri è fondamentale, per i nostri operatori, al fine di poter calibrare al meglio le proprie strategie di promo-commercializzazione. Peraltro, molti degli appunti fatti dal tour operator sono riferiti al sistema turistico nazionale e non specificatamente toscano. E questo mette in evidenza come l'intero sistema paese abbia bisogno di momenti di confronto di questo genere".

L'intervento più incisivo è stato quello del cinese Li Changsong, rappresentante del tour operator China Delux MICE. "Oggi tutti hanno gli occhi puntati sulla Cina, ma l'Italia non sembra essere ancora pronta ad accogliere le migliaia di turisti che ogni anno escono dal nostro Paese. – ha spiegato Changsong – Solo pochissimi operatori sono in grado di parlare cinese". "Le nuove generazioni di turisti, inoltre – ha aggiunto il tour operator cinese – sono abituate ad avere risposte immediate dagli operatori turistici, mentre da voi ci vogliono tempi troppo lunghi per avere le informazioni che servono per organizzare un viaggio".

Dalla Germania, invece, si lamentano delle infrastrutture, dei prezzi elevati e della mancanza di elementi attrattivi per i giovani. Carenze, ha spiegato Paolo Cini di Vamos Reisen, che rendono la Toscana meno competitiva nei confronti di altre destinazioni italiane come l'Emilia-Romagna, il Veneto o il Friuli. E sui prezzi si è soffermata anche Bernardine Van Wassenaer di Belvilla (Benelux) che vorrebbe più servizi – in primo luogo internet gratis ovunque – una migliore accoglienza e, soprattutto, non correre il rischio di brutte sorprese, come bottiglie di vino



da 10 euro vendute a 100.

Martyn Paterson, dell'australiana Outdoor Travel, ha sottolineato, invece, come i tour operator italiani non abbiamo ancora capito bene le necessità dei turisti australiani e, in generale, di lingua inglese che desiderano camminare o girare in bicicletta. "I nostri clienti - ha spiegato Paterson - vogliono pacchetti soft, non sono interessati a cimentarsi nel Giro d'Italia".

Critiche a parte, tutti parlano della Toscana come di una terra bellissima e mettono in evidenza il desiderio dei turisti di sentirsi dei toscani quando vengono in vacanza nella nostra regione. Diane Polthan, della canadese Cit Tours, è tornata a casa con una maggior conoscenza della Toscana e nuove proposte per i suoi clienti. Ha partecipato ai tour pre-evento e ha scoperto la Costa degli Etruschi. Letteralmente entusiasta della Toscana anche la sudafricana Hancadri Spies, della PP Tours & Travel, che è rimasta colpita dal calore con cui i toscani par-



lano della Toscana e dalla cucina. Ed ha chiuso il suo intervento manifestando un desiderio: "Voglio tornare a casa e vendere, vendere, vendere".

A Buy Tuscany hanno preso parte 130 buyer provenienti da 34 paesi e 140 operatori toscani suddivisi in sei aree tematiche: Art Cities & Town, Country & Flavours, Relax & Wellness, Sun & See, Active & Outdoor, Luxury.



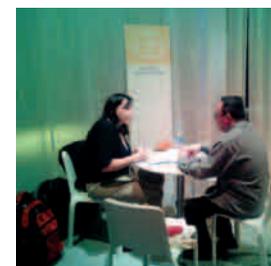
Ti conquisto con l'acqua calda

I numeri dell'incoming in Toscana li dà l'assessore regionale al turismo Cristina Scaletti e sono buonissimi: "La crescita registrata nei flussi turistici nel primo semestre 2013 rispetto al 2012 fa segnare +25% cento di arrivi dalla Cina, +21% dalla Corea, +15,55% dal Sud America, escluso il Brasile che ha visto una prima flessione del 5% dopo un periodo continuo di crescita. E poi il 13% dalla Russia, e una complessiva tenuta sui mercati occidentali più tradizionali".

E dal confronto con i rappresentanti dei mercati in ascesa emergono indicazioni importanti sulle caratteristiche dell'offerta regionale: Li Changsong della Deluxe MICE Tour si è detto molto soddisfatto degli operatori incontrati nella prima sessione di incontri in programma a Buy Tuscany. "La Toscana - ha spiegato - incarna a pieno l'Italian life style e credo sia perfettamente in grado di soddisfare le richieste dei turisti cinesi". "In hotel - ha proseguito - ho trovato dei film in cinese è questo mi ha colpito favorevolmente perché il mercato vuole questo, ci deve essere un incontro anche a livello culturale". E proprio su questo punto si è soffermato per dare alcuni consigli pratici ai nostri operatori. "I cinesi non sono abituati a bere acqua naturale o gassata. Ma bevono tutti i giorni il tè e, per questo, è fondamentale trovare in camera dell'acqua calda. Oltre a questo ci vorrebbero un po' più informazioni nella nostra lingua". Meno problemi per quanto riguarda il cibo: "La cucina italiana è molto conosciuta e apprezzata in Cina e le nuove generazioni di turisti cinesi, che

spesso hanno studiato all'estero, non sentono troppo la mancanza della nostra cucina. Anzi, apprezzano molto i vostri piatti. Però, offrire anche solo due o tre piatti cinesi per colazione o un porridge, può essere un buon modo per darci il benvenuto". Per la Corea del Sud la Toscana è invece una vera e propria scoperta. Boon Hong Jeon, della Blue Travel, ha conosciuto la regione solo due anni fa. "Fino a 5-10 anni fa i turisti coreani avevano poche possibilità di uscire dal Paese e, quindi, desideravano visitare più nazioni - spiega la tour operator sudcoreana - Oggi le cose sono molto diverse e le nuove generazioni viaggiano molto di più. I gruppi che organizziamo toccano al massimo tre Paesi perché la richiesta è quella di un maggior approfondimento". Tra queste terre, da domani, ci sarà la Toscana. "Credo che i paesaggi toscani siano fantastici per i nostri turisti e, sicuramente, tra le nostre proposte ci saranno dei soggiorni nei vostri agriturismi". E negli agriturismi arriveranno anche i giovani sposi e le famiglie che viaggiano con Viva Italia, il primo tour operator coreano ad aver inserito la Toscana nei suoi pacchetti turistici. "I turisti coreani che viaggiano con noi - spiega Kim Soon Huyng - amano le degustazioni di vino e l'esperienza del Tuscan life style che inizia ad essere molto popolare anche nel nostro Paese". Consigli particolari? Nessuno. I coreani non hanno richieste specifiche, però anche per loro, come per i cinesi, un po' di acqua calda in camera per un po' di tè non guasta mai.

Gli operatori entusiasti del Tuscan life style, forniscono consigli su come accattivarsi l'ospite asiatico





NCL impara a parlare italiano

C'è l'Italia al centro dei programmi di Norwegian Cruise Line nella prossima stagione. La Compagnia crocieristica infatti ha confermato la presenza di quattro navi in Europa e di queste, ben tre saranno in partenza da porti italiani. La Norwegian Epic, la Norwegian Jade, la Norwegian Spirit e la Norwegian Star proporranno come di consueto un'ampia gamma di crociere nel Mediterraneo, nel Nord Europa e tra le Capitali baltiche, a cui si affiancheranno le crociere nei Caraibi proposte dalla Norwegian Getaway, la nuovissima e innovativa nave della flotta che debutterà a gennaio 2014, ed emozionanti crociere internazionali.

La Norwegian Epic sarà nuovamente protagonista nel Mediterraneo con crociere di 7 notti in partenza da Civitavecchia e scali a Livorno (Firenze/Pisa), Cannes in Francia, Palma (Maiorca) e Barcellona in Spagna, e Napoli. Tariffe a partire da 699 Euro a persona. La Norwegian Jade – impegnata tutto l'anno nel Mediterraneo con partenze da porti italiani – opererà su itinerari di 7 e 14 notti da Venezia verso Croazia, Grecia e Turchia, e le Isole greche, da maggio a ottobre, con tariffe a partire da 599 Euro a persona. Da Civitavecchia, la nave proporrà invece crociere di 7, 10, 11 e 14 notti a partire da 599 Euro a persona, con varie destinazioni come Adriatico e Sicilia, Turchia, Spagna, Tunisia e Grecia. Anche per la prossima stagione, la Norwegian Spirit manterrà l'itinerario 'Il Grande Mediterraneo' di 12 notti, con crociere tra Venezia e Barcellona a partire da 999 euro a persona, oltre a crociere invernali prolungate a 10 notti verso Marocco, Madeira e Isole Canarie da/a Barcellona e Málaga. Per chi predilige invece i paesaggi del Nord, NCL propone anche per la prossima stagione una serie di crociere di 9 notti tra le Capitali baltiche in partenza da Copenaghen e una crociera unica di 14

notti in Norvegia, Islanda e alle Isole Far Oer in partenza dalla capitale danese.

Inoltre, la stagione 2014/15 sarà contraddistinta dall'arrivo dell'ultima creazione della flotta, la Norwegian Getaway, impegnata tutto l'anno in crociere di 7 notti da Miami ai Caraibi orientali. Durante l'estate, navigheranno nuovamente tre navi Norwegian in Alaska. La Norwegian Pearl e la Norwegian Jewel salperanno da Seattle per offrire crociere di 7 notti verso la Glacier Bay e nel Ghiacciaio Sawyer mentre la Norwegian Sun realizza crociere di 7 notti tra le città di Vancouver e Whittier alla scoperta del meraviglioso paesaggio dell'Alaska, combinabili con i programmi a terra di 3 o 4 notti per effettuare visite in luoghi meravigliosi come il Parco Nazionale Denali. Nel 2014, NL propone inoltre nuovi programmi a terra in cooperazione con la compagnia ferroviaria Rocky Mountaineer, i quali si possono combinare con tutte le crociere in Alaska. Questi programmi offrono agli ospiti l'opportunità di sperimentare le maestose Rocky Mountains del Canada durante un viaggio di sei o sette notti, includendo tra l'altro un tragitto di due o tre giorni con il lussuoso treno Rocky Mountaineer, visite di Kamloops, Lake Louise, Banff e Calgary così come un volo in elicottero sulle cime delle montagne. Anche nel nuovo programma, la Compagnia propone la consueta varietà internazionale di crociere nei Caraibi, alle Bahamas, alle Bermuda e alle Hawaii, nel Canale di Panama e la Riviera Messicana oppure in Canada e New England. Sulle crociere in Europa e su selezionate crociere nei Caraibi, la compagnia offre anche un servizio di assistenza in lingua italiana. La nuova brochure per la stagione 2014/15 può essere ordinata online sul sito www.it.ncl.eu, dove sono anche disponibili una panoramica di tutte le crociere della Norwegian Cruise Line e una versione digitale della brochure.

**Tre navi nei nostri
porti nella
programmazione
2014/15, assistenza
in lingua e la novità
Norwegian Getaway**



Sperimenta il servizio ad un livello completamente nuovo

Korean Air offre una qualità di servizio al di sopra di ogni tua più alta aspettativa.
Rilassati con il servizio Korean Air per un'esperienza di vita completamente nuova.

Excellence in Flight
KOREAN AIR 

Milano 02 72095654

Roma 06 65955953/52

Numero Verde 800 874 488



Splendour of the Seas

Rilancio di Royal Caribbean il lusso sbarca anche in Italia

Il 2013 si è rivelato l'anno migliore per fatturato e marginalità dopo i due anni di investimenti indirizzati alla crescita sul mercato italiano. A Roma e Venezia con tutti i brand del Gruppo

Riorganizzazione e cambiamento. Su queste parole ritorna spesso Gianni Rotondo, direttore generale per l'Italia di Royal Caribbean, raccontando le molte novità del Gruppo. La prima mossa riguarda la strutturazione interna e vuole offrire un servizio migliore alle agenzie di viaggio. Dal 18 novembre scorso, infatti, lo storico servizio clienti con sede a Genova, è stato affiancato da una squadra di dieci persone che lavoreranno dalla Romania con una conseguente estensione nell'orario di apertura (fino alle 20 e il sabato) e una migliore risposta alle esigenze del mercato. Novità anche per il team commerciale. Alla forza di vendita degli agenti si affianca una rete di 'remote account' che opererà telefonicamente e contatterà le agenzie per presentare i nuovi prodotti e dare supporto e informazioni. "La fase sperimentale di quest'anno sulle adv 'dormienti' ha portato a un fatturato del 10%, per questo abbiamo deciso di renderla operativa" afferma Rotondo. Per quanto riguarda le offerte vere e proprie si sono affrontati riadattamenti dei prodotti basandosi in primo luogo sulla specificità dei tre brand del Gruppo, Royal Caribbean, Celebrity e Azamara. Tra le scelte anche quella di ridurre le crociere in Mediterraneo, mantenendo per tutto l'anno alcune navi nei Caraibi, selezionando i periodi migliori di approdo per il mercato interno e aumentando il numero delle navi. Royal Caribbean posizionerà da aprile 2014 Liberty of the Seas da Civitavecchia (Roma), mentre Splendour of the Seas partirà da Venezia. "Rafforzeremo in particolare il marchio Celebrity - annuncia Rotondo - che è passato da un 5% di vendite

dello scorso anno a un 15%, ma in prospettiva arriverà al 25% nel 2014". Nello specifico questo si tradurrà con l'introduzione di una terza nave (che avrà come porto principale Roma) e con l'alternanza di crociere lunghe, tipiche di Celebrity, a imbarchi più brevi di sette notti, preferiti dagli italiani.

A settembre del 2014 arriverà per la prima volta anche nel Mediterraneo Oedis, la nave da crociera più grande del mondo (al suo interno anche un parco vero e proprio e due teatri), che imbarcherà da Barcellona per due itinerari verso l'Italia di cinque notti. Accanto a queste offerte, Royal Caribbean introdurrà a ottobre 2014 una nuova classe di navi Quantum sulla quale "si troverà il più grande spazio di intrattenimento mai visto in mare - sottolinea il direttore generale -. A bordo sarà presente un simulatore di caduta libera, piste per autoscontro e pattinaggio e tanto altro". Si cercherà inoltre di far conoscere meglio il prodotto più di 'nicchia' Azamara attraverso considerevoli riduzioni del prezzo per incoraggiare la clientela italiana.

Insomma, sono importanti le prospettive di crescita per il Gruppo. "Il 2013 - dice Rotondo - è stato il migliore di sempre per l'Italia. Se negli anni precedenti abbiamo investito molto per la crescita, quest'anno abbiamo consolidato la nostra posizione. Nel corso del 2013 abbiamo raddoppiato gli agenti attivi, che sono 4000. Oggi Royal Caribbean è la terza realtà crocieristica come riconoscibilità per il cliente. Il 30% dei clienti che vogliono ripetere l'esperienza sono già stati in crociera con noi".

Silvia Montagna



Gianni Rotondo

**Saudia is now a member of SkyTeam,
the global airline alliance**



Welcome to your world
www.saudiairlines.com





Supercommissioni Costa per adv

Costa Neoromantica

Una campagna promozionale per le crociere d'inverno che abbina ai vantaggi per il consumatore anche una interessante iniziativa commerciale per gli agenti di viaggi. È quella lanciata da Costa Crociere nei giorni scorsi e che riconosce alle adv, per prenotazioni effettuate entro il 15 dicembre, una super commissione del +5% che si somma a quella in uso, su partenze del prossimo inverno nel Mediterraneo e una commissione del 10% sui voli per le crociere di gennaio, febbraio e marzo ai Caraibi e a Dubai. Questa importante iniziativa commerciale verso il canale trade è supportata dalla Compagnia con un'importante campagna di comunicazione verso il consumatore finale – su stampa, radio e on line – che lancia un'offerta promozionale sul prezzo della crociera o in alternativa sui pacchetti dei servizi a bordo per le prenotazioni entro il 15 dicembre.

“Abbiamo voluto dare un ulteriore impulso al trend positivo di prenotazioni che stiamo avendo sull'inverno – ha dichiarato Carlo Schiavon, Direttore Commerciale e Marketing del mercato Italia – agendo contemporaneamente sul consumatore finale e sugli agenti di viaggio nell'ottica 'we care' che oramai contraddistingue l'agire di Costa. Crediamo fortemente nel ruolo delle agenzie e ci auguriamo che questi ulteriori strumenti commerciali li possano supportare”. Tutti i dettagli sono visibili e scaricabili su Costa extra. www.costaextra.it

DETTAGLIO PARTENZE

La supercommissione del +5%, che si somma a quella d'uso, è valida per le crociere di otto giorni di Costa Serena con itinerario 'Dipinto di blu' (relativamente alle partenze dal 9 febbraio al 6 aprile 2014) e di Costa Pacifica con itinerario 'Meraviglioso Mediterraneo' (relativamente alle partenze dal 16 gennaio al 12 aprile 2014). Inoltre rientrano nella promozione le partenze di Costa Serena del 4/5 dicembre per la crociera 'Giallo Oro' e del 19/20 dicembre per la 'Crociera di Natale'; la crociera di Costa Pacifica del 21 dicembre 2013; la crociera di Costa Magica il 16 dicembre sull'itinerario 'Le perle del Caribe', e infine la crociera di Costa Mediterranea del 6 dicembre 'Oceano Caraibi'. Verso gli Emirati rientrano nella promozione la partenza del 2 dicembre di Costa Fortuna 'Grande crociera del vicino oriente' e 'La Grande crociera d'Africa' che Costa neoRiviera inizierà il prossimo 9 febbraio 2014. La commissione del 10% sui voli si applica sulle partenze ai Caraibi dal 24 gennaio al 14 marzo 2014 di Costa Mediterranea lungo gli itinerari di nove giorni 'Colori dei tropici' e 'Profumo dei tropici', sulle partenze dal 18 gennaio al 24 marzo 2014 di Costa Magica lungo l'itinerario 'Le perle del Caribe'. Infine la promozione vale per gli itinerari in partenza da Dubai 'Le mille e una notte' di Costa Fortuna dal 17 gennaio fino al 21 marzo 2014 e il nuovo itinerario 'Emirati con stile' di Costa neoRiviera per le partenze di gennaio e febbraio 2014.

Campagna promozionale per la campagna d'inverno; importanti riconoscimenti per le prenotazioni effettuate entro il 15 dicembre

Il premio al merito di Alpitour

La nascita della nuova Alpitour passa non soltanto dalla struttura organizzativa, ma anche dal rapporto con le agenzie di viaggi, che in futuro saranno sempre più selezionate. Lo spiega bene, con l'argomento inoppugnabile delle cifre alla mano, Pier Ezhaya, che dopo il riassetto aziendale è alla direzione dei brand Francorosso e Viaggidea: "Il 95% del nostro fatturato passa da 4.500 punti vendita su 8.500 esistenti. Non riteniamo che sia sano ed economico distribuire il nostro prodotto a tutti, quindi attueremo una politica meritocratica che tiene conto dei risultati. Questo non vuol dire che chiuderemo i codici, ma che individueremo i partner migliori con premi commissionali oscillanti dal 5 al 15% circa. Lavorare insieme, infatti, non dev'essere un obbligo, ma un'opportunità". La parola d'ordine è razionalizzazione, dunque, come emerge anche dalle parole di Gabriele Burgio, presidente ed amministratore delegato del Gruppo: "È stato un 2013 duro per passeggeri e fatturato, che ha avuto la flessione di quasi un miliardo. Abbiamo chiuso linee di prodotto che non avevano le caratteristiche per risultare vincenti e reinvestito sei milioni di euro, dei dodici di tagli ai costi generali, in assistenza, animazione, processi di qualità e soprattutto comunicazione. Il nostro ritorno televisivo ha pagato e si è rivelato un investimento redditizio, con importanti attestazioni pubbliche tra le quali quella di Aldo Grasso, esperto di comunicazione e voce autorevole del 'Corriere della Sera'". Dal canto suo, Andrea Giliardi, alla direzione di Alpitour, ha parlato di una di-



minuzione dell'80% del complaining, a riprova della ricaduta positiva degli investimenti citati da Burgio. Non manca, da parte del top manager, il riferimento biografico che lo vede rientrato nel Gruppo da circa dodici mesi, "un anno in cui abbiamo consegnato al mercato quanto promesso. Siamo dunque fiduciosi che i nostri sforzi vengano compresi. Dei sei milioni di euro reinvestiti, quasi tre milioni e mezzo sono stati destinati ad assistenza ed animazione, dimostrando che il cliente è sempre più al centro della nostra attenzione. Sono sicuro - conclude - che l'amicizia e la passione che lega e caratterizza il management del Gruppo porteranno a grandi risultati". Per quanto riguarda i brand, Villaggi Bravo ha allargato il target di riferimento e Karambola è cresciuto del 23%, diventando il primo marchio in molte piccole destinazioni della Grecia. Carlo Stradiotti ha riassunto così la nuova organizzazione che lo vede a capo delle divisioni del Gruppo: "Al nostro interno c'è il mantenimento di una sinergia tra divisioni autonome e separate di marchi capaci di sollecitare e generare traffico, come due gambe di uno stesso corpo. Sebbene ci siano due divisioni autonome, l'integrazione verticale rimane ed alcuni aspetti come lo yield, i voli e l'assistenza, saranno comuni. L'ulteriore nostro vantaggio è che nel Gruppo figurano tutti gli elementi della filiera, plus che ci permette di monitorare al meglio l'efficacia delle nostre strategie".

Valentina Maresca

Il Gruppo rimodula la propria struttura organizzativa ed il rapporto con le agenzie di viaggi



Carlo Stradiotti

Futura Vacanze in un Mondo di emozioni

Il catalogo cartaceo avrà quote 'a partire da' e proposte che potranno essere approfondite direttamente sul sito del tour operator

Futura Vacanze si apre a una programmazione annuale con un catalogo 'emozionale' di 100 pagine. A presentare alla stampa specializzata Mondo - di cui è anche coordinatore - è Silvio Rebula, manager di lunga esperienza (Utat, Ventaglio, Caleidoscopio, Rallo e Meridiano Viaggi) che sostiene la "necessità per il tour operator di aprirsi al lungo raggio". L'offerta è grande e le destinazioni toccano Stati Uniti, Canada, Messico, Caraibi, Hawai, Australia, Nuova Zelanda, Nuova Caledonia, Fiji, Polinesia, Honk Kong, Tailandia, Birmania, Vietnam, Laos, Cambogia, Malesia, Indonesia, Singapore, Dubai e Abu Dhabi e Oman. "Le proposte sono dav-

vero originali, con spunti inediti e vogliono andare in contro alle necessità specifiche del viaggiatore, in modo decisamente 'sartoriale' - aggiunge Rebula. - Qualche esempio? In quattro giorni a New York si potrà raggiungere facilmente in treno Philadelphia (che non tutti sanno essere tax free) per una giornata di shopping. Per gli Emirati invece puntiamo a far conoscere, accanto a Dubai, la capitale Abu Dhabi, altrettanto affascinante e ricca di attrazioni. Per il catalogo Neve vogliamo implementare le mete sciistiche della California. Insomma offriamo iniziative fuori dagli schemi." In programma in questi mesi ci sono una serie di serate di formazione dedicate alle agenzie di viaggio di Roma, Napoli, Bari, Milano e Monza dove si spiegheranno i dettagli della programmazione e il nuovo regime commissionale ideato per l'occasione. Angela Saran, direttore commerciale del tour operator romano, continua: "Abbiamo sentito l'esigenza di fare questa scelta. Fino a ora avevamo un fatturato, con l'80% concentrato soprattutto in estate con il Mare Italia, chiuso quest'anno a +12%, e il resto derivante da Benessere e Montagna estiva. Non vogliamo avere un prodotto di massa, ma esclusivo".

I cambiamenti però non riguardano soltanto la programmazione con il catalogo Mondo, ma toccano anche aspetti della politica commerciale con le adv. "Le agenzie di viaggio sono da sempre il nostro principale canale di vendita e abbiamo deciso di premiare quelle che maggiormente lavorano con Futura Vacanze con percentuali che variano dall'11% al 15% per quelle che sono state definite le 'adv partner Top' (le categorie saranno 5: Basic, Plus, Partner, Super e Top). Particolarmente vantaggioso sarà raggiungere le categorie superiori in quanto a fine del nuovo anno commerciale (ottobre 2014) verrà riconosciuta, in forma retroattiva su tutte le pratiche confermate, una over pari alla differenza di percentuale tra quella della categoria iniziale e quella che si è raggiunta. Per esempio tra una Basic una top verrà riconosciuta una differenza del 4 per cento". Tornando alle offerte, per quanto riguarda i mesi invernali, "il nostro prodotto di punta rimane ancora il catalogo Neve che ci sta dando dei buoni risultati grazie alle molte formule vantaggiose che sono state proposte ai clienti", conclude Saran.

Silvia Montagna



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

6

VENDITA ONLINE

Booking engine
gestione portali di prenotazione
Analisi dei competitor
Portali turistici

5

SOCIAL NETWORK

Blog
Facebook
Twitter
reti
relazioni
pubblicità

CONTATTI

Via G. Porzio 4 – Isola B3
Centro Direzionale di Napoli
80143 – Napoli
Tel: +39.081.195 604 42
info@ndbweb-service.com
www.ndbweb.it



Fiumicino: voli internazionali Alitalia al T1



ADR ed Alitalia riorganizzano i servizi aeroportuali dedicati alla clientela concentrando al Terminal, 1 a partire dal 1° dicembre, le operazioni di check in di tutti i voli nazionali ed internazionali della Compagnia aerea.

Saranno quindi trasferiti dal terminal 3 al terminal 1 i check-in delle destinazioni internazionali, in particolare: Tirana (Albania) Algeri (Algeria), Erevan (Armenia), Sofia (Bulgaria), Cairo (Egitto), Tblisi (Georgia) Teheran (Iran), Amman (Giordania), Beirut (Libano), Tripoli (Libia), Podgorica (Montenegro), Casablanca (Marocco), Bucarest (Romania), Mosca (Russia), Ekaterinburg (Russia), San Pietroburgo (Russia), Belgrado (Serbia), Tunisi (Tunisia), Istanbul (Turchia), Kiev (Ucraina) e Londra (Gran Bretagna), Oran (Algeria). Fra le altre novità dedicate ai Alitalia, la disponibilità di servizi dedicati, presso lo stesso Terminal, come: banchi check-in divisi per destinazioni (nazionali e medio raggio), chioschi self check-in, Fast Track per i membri dei Club Freccia Alata Plus, Freccia Alata e SkyTeam Elite Plus e per i passeggeri delle classi Magnifica, Ottima e Business, che potranno accedere, prima dei controlli, anche alla sala 'Dolce Vita', la Lounge più grande di Alitalia con 700 metri quadri di ampiezza e servizi innovativi, come la ristorazione firmata da Eataly, e la presenza di un simulatore che farà provare ai clienti l'ebbrezza del volo. Per i minori non accompagnati c'è inoltre la Sala Young di Alitalia, con arredi ideati a misura di bambino dove è possibile giocare e guardare la tv accuditi dal personale della compagnia fino all'imbarco.

Trenitalia: conclusi accordi con 7 vettori aerei

Sono già sette le grandi compagnie aeree internazionali con le quali Trenitalia ha concluso accordi commerciali e partnership che prevedono ulteriori futuri sviluppi. Altre 9 quelle con le quali gli accordi sono in corso di formalizzazione. Ne ha parlato l'AD del Gruppo Fs Italiane, Mauro Moretti, nel suo intervento alla presentazione di 'Agenda Italia 2015' alla Triennale di Milano. Le compagnie che hanno già sottoscritto accordi con Trenitalia sono Air Canada, Air China, Air Transat, Egyptair, Emirates, Qatar Airways e Thai.

Nuovi voli Ukraine Airlines

Dal prossimo 7 dicembre Ukraine International Airlines lancerà il nuovo volo

di linea non-stop da Kiev Boryspil a Bangkok: il volo verrà operato tre volte a settimana (lunedì, mercoledì e sabato) con i moderni Boeing 767-300. La configurazione di cabina sarà in tre classi (business, premium economy ed economy). I tre voli da Kiev della compagnia rappresentata in Italia da Distal & Itr Group, saranno in ottima coincidenza con i servizi giornalieri effettuati dalla compagnia ucraina da/per Roma Fiumicino e Milano Malpensa, attraverso il nuovissimo terminal D dell'aeroporto internazionale di Kiev Boryspil.

Via al lungo raggio Livingston

Ripartono con la stagione invernale i voli di lungo raggio di Livingston: da dicembre ad aprile sono in programma 2 collegamenti settimanali da Malpensa per

Mombasa, e un collegamento a settimana per Zanzibar. Per quanto riguarda i voli domestici, dal 28 ottobre sono operativi i collegamenti di linea da Roma ad Alghero. La compagnia, ha annunciato l'amministratore delegato Riccardo Toto, ha intenzione di continuare a puntare sulla Russia: "Ci sta dando soddisfazioni, quindi abbiamo intenzione di rafforzare su Mosca e San Pietroburgo". Novità dovrebbero arrivare anche dal fronte egiziano, con la fine dello sconsiglio e la ripresa dell'operatività della destinazione turistica: "Abbiamo acquisito i diritti di traffico verso Sharm e Marsa Alam, vorremmo poterli utilizzare il prima possibile". Fra le novità più recenti del vettore, c'è la disponibilità dei voli di linea attraverso i sistemi di prenotazione Galileo, Sabre, Amadeus e Travelport.

AIR FRANCE e KLM leader nei collegamenti verso la Cina

Air France e KLM sono leader nei collegamenti tra l'Europa e la Grande Cina, grazie ad una presenza costante, garantita da oltre 45 anni. Il Gruppo opera 92 voli settimanali, verso 9 destinazioni nella Grande Cina: Pechino, Shanghai, Hong Kong, Guangzhou, Chengdu, Hangzhou, Taipei, Wuhan e Xiamen, attraverso gli hub di Parigi-Charles de Gaulle e Amsterdam-Schiphol.

Grazie agli accordi di code sharing con i partner cinesi, l'offerta del gruppo AIR FRANCE KLM si estende a un gran numero di città in Cina, ma anche in Australia e Nuova Zelanda.

Le aspettative dei clienti cinesi sono al centro delle attenzioni di Air France e KLM e nella concezione dei prodotti e servizi offerti: gli equipaggi sono addestrati nella conoscenza della cultura cinese. A bordo dei voli gli annunci sono fatti in mandarino e/o cantonese.

In particolare, per facilitare l'accoglienza dei passeggeri che non parlano inglese o francese, Air France ha creato sulla sua piattaforma di Parigi-Charles de Gaulle, un'équipe di agenti multilingue che parla mandarino, indiano, coreano, tamil, hindi, spagnolo, portoghese e arabo. Questo team accoglie moltissimi passeggeri ogni giorno, assiste nella formalità di registrazione e facilita le loro corrispondenze tra i voli.

Inoltre, tutti i clienti di Air France e KLM ricevono un servizio esclusivo, gratuito e senza registrazione o sottoscrizione, per essere informati circa eventuali cambiamenti nel corso del loro viaggio. Questo servizio chiamato "Air France KLM Connect" è disponibile anche in cinese. Con il numero di cellulare o e-mail del cliente, specificato al momento dell'acquisto del suo viaggio, la compagnia aerea è in grado di informare il passeggero, via SMS o e-mail di una possibile cancellazione, di un ritardo del volo o del cambiamento del gate d'imbarco. Air France e KLM sono state tra le prime compagnie aeree a offrire un servizio proattivo per tutte le informazioni ai passeggeri.

In aeroporto a Parigi e Amsterdam, sono disponibili terminali di "self check-in" anche in lingua cinese. Un'applicazione per smartphone in lingua Cinese (con orari dei voli in tempo reale, traduzione dei segnali e informazioni pratiche sull'aeroporto) è disponibile presso Parigi Charles de Gaulle.

Dallo scorso mese di settembre, Air France offre ai propri clienti tre servizi settimanali per Shanghai-Pudong con Airbus A380. Air France è la prima



compagnia aerea europea a servire la capitale economica cinese con un moderno aeromobile A380.

SkyTeam, l'alleanza n° 1 verso la Grande Cina. Con l'ingresso di China Airlines e China Eastern nel 2011 e Xiamen Airlines nel novembre del 2012, la presenza di SkyTeam nella Grande Cina è stata ulteriormente consolidata.

I clienti possono godere del comfort di **525 Lounge in tutto il mondo**, con accesso gratuito per i clienti First e Business Class, e SkyTeam Elite Plus. Gli stessi clienti possono usufruire dei migliori servizi aeroportuali offerti dalle 19 compagnie aeree dell'Alleanza SkyTeam in un'unica e coerente esperienza di viaggio, accedendo in aeroporto al percorso preferenziale **SkyPriority**. Un trattamento prioritario per quanto riguarda: banchi check-in, consegna del bagaglio, varchi di sicurezza e controllo passaporti. Sarà sufficiente seguire le indicazioni in rosso di SkyPriority, disponibili in un numero sempre maggiore di aeroporti.

Maggiori informazioni: www.agentconnect.biz

Fondazione Italia Cina

中国基金会

AIR FRANCE è sponsor del CHINA AWARDS 2013



Grimaldi Lines non cambia la rotta



Cruise Roma

La Compagnia di navigazione conferma per il prossimo anno la strategia dell'ultima stagione: offerta differenziata e partnership

Barra dritta e avanti così. Grimaldi Lines non cambia strategia e proseguirà anche nel 2014 il percorso intrapreso nell'ultima stagione che si è conclusa con una soddisfacente crescita in termini di passeggeri trasportati. In particolare sono stati positivi i risultati raggiunti sulla destinazione Grecia, con il collegamento giornaliero Brindisi-Igoumenitsa-Patrasso, e sulla destinazione Sardegna, con la linea Civitavecchia-Porto Torres che è operativa da aprile ad ottobre.

“Su entrambe queste destinazioni, abbiamo siglato importanti accordi commerciali con tour operator e web operator specializzati – ha dichiarato Francesca Marino, Passenger Department Manager di Grimaldi Lines – e su questa linea proseguiremo anche per il 2014. Differenziazione dell'offerta e accordi di partnership saranno al centro anche della prossima politica commerciale: ne è prestigioso esempio il recente rinnovo con Trenitalia”.

Dalla collaborazione tra Grimaldi Lines e Trenitalia è nata infatti 'Sfreggia a bordo!', la promozione dedicata a tutti i titolari di Cartafreccia, che potranno usufruire del 50% di sconto sulle traversate marittime di Grimaldi Lines verso Sardegna, Sicilia, Gre-

cia e Spagna, del 30% di sconto sul biglietto ferroviario di I classe e del 20% di sconto sul biglietto ferroviario di II classe se raggiungeranno con le Freccie di Trenitalia i porti di imbarco di Civitavecchia, Livorno, Brindisi e Salerno. È previsto inoltre 1 punto CartaFreccia ogni 10 euro di spesa presso le biglietterie marittime Grimaldi Lines. L'offerta è valida per prenotazioni e partenze effettuate fino al 31 maggio 2014. Nel corso dell'anno, la Compagnia proporrà come sempre un ricco calendario di eventi on board, tutti dedicati ai temi preferiti dal grande pubblico: il ballo e il fitness, la cultura e l'enogastronomia, il divertimento di grandi e piccini. Il 2014 si aprirà con la tradizionale minicrociera di Capodanno, prevista dal 28 dicembre 2013 al 3 gennaio 2014: il divertente programma di animazione prevede spettacoli, party a tema, lezioni di fitness e molto altro, tutto ispirato alla Divina Commedia, ma in chiave spiritosa e leggera. Durante la notte di San Silvestro, dopo il brindisi ben augurale, i più nottambuli potranno scatenarsi con la divertente festa brillante, che prevede dress code rigorosamente fluo.

È infine confermata una politica tariffaria attenta alle singole esigenze dei passeggeri. Saranno sempre valide le tradizionali tariffe speciali, dalla 'Super Family & Friends', alla 'Super Bonus', dalla 'Advanced Booking' alla 'Riduzione bambini'. Come nel 2013 verranno inoltre proposte promozioni particolari a tempo su singole destinazioni.

Più Italia nel futuro Air Canada



Boeing 767 configurati con 23 posti in Executive First e 185 in Economy class

Dal prossimo anno l'offerta crescerà dell'88%. Novità operative e più flessibilità per la compagnia di Toronto

Air Canada guarda già al futuro incrementando gli investimenti in Italia nel 2014. Gli ottimi risultati raggiunti e le ottimistiche previsioni fin qui registrate hanno spinto la compagnia a programmare tante novità operative per il mercato italiano nel prossimo anno. Innanzitutto le frequenze aumenteranno complessivamente del 57%, mentre l'offerta totale di posti sulle rotte dall'Italia aumenterà del 88% rispetto al 2013.

“Per la prima volta Air Canada entrerà nella ristretta cerchia di compagnie aeree che operano voli intercontinentali non stop da tre grandi città in Italia: Milano, Roma e Venezia” osserva Umberto Solimeno, Direttore per l'Italia di Air Canada.

La grande novità del 2014 sarà infatti il volo non stop Malpensa – Toronto. A partire dal 19 giugno 2014 gli aerei Air Canada decolleranno cinque volte la settimana da Milano Malpensa e continueranno a volare tutto l'anno, anche nella stagione invernale. Fra le nuove rotte in corso di introduzione in Europa, è l'unica non stagionale. I passeggeri potranno godere del massimo comfort a bordo. Il volo sarà operato con Boeing 767 configurati con 23 posti in Executive First e 185 in Economy class.

NOVITÀ ANCHE DA ROMA

Tornerà con la stagione estiva, a fine marzo, il volo Roma-Toronto, che opererà quotidianamente fino ad ottobre. Il volo sarà operato con aerei Airbus 330, configurati con 36 posti in Executive First e 228 in classe economica. L'A330 consente ad Air Canada di incrementare la propria offerta sulla rotta di ulteriori 50 posti su ogni volo rispetto al 767. Allo stesso tempo, da fine maggio a fine ottobre la nuova compagnia leisure del gruppo, Air Canada Rouge, collegherà Roma Fiumicino con Montreal sette volte la settimana con Boeing 767 configurati sia con la Premium Class a 18 posti, sia con la classe Economica con 246 posti. La primavera del 2014 vedrà Air Canada Rouge volare da Venezia a Toronto tre volte la settimana da maggio all'ottobre. Rispetto al 2013 l'inizio del volo è anticipato di ben due mesi. Identica la configurazione di Premium ed Economy class rispetto alla rotta tra Montreal e Roma Fiumicino.

“Puntiamo ad offrire collegamenti sempre più frequenti e convenienti verso il Nord, Centro e Sud America – aggiunge Solimeno – Questo grande investimento di Air Canada rappresenta la risposta alla domanda di un mercato sempre più attento al rapporto tra qualità e prezzo. La clientela italiana – sottolinea infine il manager della compagnia nordamericana – ha mostrato grande interesse nel nostro prodotto e siamo fiduciosi che i risultati futuri saranno in linea con le nostre previsioni”.

ERV: il business si protegge così

Con la collaborazione di Federviaggio nasce un prodotto innovativo dedicato agli organizzatori di viaggio

È stata presentata a Rimini la nuova polizza Responsabilità Civile Professionale per Organizzatori e Intermediari di Viaggio, sviluppata da ERV Italia in collaborazione con Federviaggio. Questo nuovo prodotto rafforza i benefici della copertura RC, obbligatoria per tutti gli operatori del settore, che protegge l'assicurato dai rischi legati allo svolgimento dell'attività professionale, intervenendo nel caso di richieste di risarcimento per danni derivanti dalla sua responsabilità civile: responsabilità legata agli obblighi contrattuali, extra-contrattuali e nei confronti dei prestatori d'opera.

La polizza ERV Italia è per molti versi innovativa ed è nata dalla sinergia con Federviaggio, l'esperienza del Gruppo ERV e l'apporto di Barbara Monti, Consulente Legale Federviaggio.

Il risultato è una polizza evoluta, sia in termini di garanzie che di struttura del contratto, ed allineata al codice vigente.

In particolare, con lo scopo di rendere chiara ed immediata l'interpretazione della polizza, tutte le definizioni sono state allineate alle categorie del Codice Civile e del Codice del Turismo, che rappresentano le basi contrattuali di riferimento, evitando così ogni possibile equivoco.

A titolo di esempio, la nozione di 'danni materiali', o di 'danni alla persona e alle cose', è stata sostituita da quella di 'danni patrimoniali/non patrimoniali', mentre il 'fatto accidentale', spesso soggetto a inter-

pretazione, è stato sostituito dal 'danno prevedibile', disciplinato nel Codice. Sempre in quest'ottica, il 'danno da vacanza rovinata' è definito come previsto dal Codice del Turismo, ossia con le caratteristiche di grave, serio e indennizzabile.

Il nuovo prodotto garantisce un ambito di applicabilità più ampio, ma soprattutto più chiaro. Sono coperti tutti i tipi di danni prevedibili patrimoniali/non patrimoniali/da vacanza rovinata derivanti all'assicurato dalla sua responsabilità civile contrattuale ed extracontrattuale nei confronti dei turisti, inclusi studenti, genitori di studenti, professionisti in viaggio per lavoro e persone giuridiche. Sono quindi contemplati anche i viaggi incentive, oltre che business e leisure.

Aumenta il potenziale commerciale, in quanto sono assicurabili tutti i soggetti aventi sede operativa nel territorio UE.

Grandi novità è la sola esclusione degli eventi derivanti da inosservanza della legge, i rischi non correlati alle attività previste in polizza e gli eventi naturali. Di conseguenza viene incluso il 'minor valore della prestazione erogata rispetto a quella pattuita', uno dei motivi di sinistro più frequenti ma non contemplato dalla maggior parte delle polizze. Da segnalare anche una maggiore flessibilità interpretativa nei confronti degli eventi particolari. ERV Italia, ad esempio, non esclude a priori i danni che si verificano in Paesi oggetto di Sconsiglio. I massimali, innalzati a 2.5M€, sono stati ben suddivisi tra le tre categorie di rischio coperto e definiti allo scopo di essere in grado di accogliere le più importanti richieste di risarcimento.



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:

Andrea Barbieri Carones, Laura Colognesi,
Laura Iannone, Silvia Montagna

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 IFABC
International Federation of Audit Bureaus of Circulations

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

INVESTI IN RICORDI CON L'AIRONE!

DA 38 ANNI GLI SPECIALISTI
DEI VIAGGI SU MISURA


iviaggi dell'airone®



CONSTANCE
HOTELS AND RESORTS

Barceló
HOTELS & RESORTS

Hilton

Repubblica Dominicana

le isole seychelles
un altro mondo

beachcomber
HOTELS

Sandals
All Inclusive Resorts

AIRFRANCE KLM DELTA
Alitalia

CAPODANNO/EPIFANIA 2013/2014

"VOLO + SOGGIORNO" PARTENZE DALLE PRINCIPALI CITTÀ quote individuali in camera doppia

DISNEYLAND® PARIS

3 NOTTI dal 30/12/13 al 02/01/14 o dal 31/12/13 al 03/01/14 da € **630**
4 NOTTI dal 29/12/13 al 02/01/14 o dal 30/12/13 al 03/01/14 da € **730**

DUBAI CITTÀ prima colazione inclusa 5 notti / 6 giorni

dal 28/12/13 al 02/01/14 € **1.690**

MESSICO MARE SPECIALE EPIFANIA ALL INCLUSIVE 7 notti / 8 giorni

dal 01/01/14 all'08/01/14 € **1.880**

GIAPPONE TOUR MODERNO PENSIONE COMPLETA 7 notti / 9 giorni

dal 26/12/13 al 03/01/14 € **2.040**

TOUR SUD AFRICA con guida in lingua italiana 7 notti / 10 giorni

dal 30/12/13 all'08/01/14 € **2.090**

DUBAI JUMEIRAH prima colazione inclusa 5 notti / 6 giorni

dal 28/12/13 al 02/01/14 € **2.240**

MINITOUR CLASSICO MESSICO 11 notti / 13 giorni

dal 26/12/13 al 07/01/14 € **2.640**

SEYCHELLES mezza pensione con CENONE DI CAPODANNO INCLUSO 7 notti / 9 giorni

dal 29/12/13 al 07/01/14 da € **2.710**

MAURITIUS ALL INCLUSIVE CON CENONE DI CAPODANNO INCLUSO 8 notti / 9 giorni

dal 29/12/13 all'08/01/14 € **2.990**

MALDIVE PENSIONE COMPLETA CON CENONE DI CAPODANNO INCLUSO 8 notti / 10 giorni

dal 28/12/13 al 06/01/14 € **4.580**

SPECIALE SPOSI 2014 "VOLO + SOGGIORNO"

7 notti / 9 giorni mezza pensione partenza dalle principali città italiane Torino, Milano, Venezia e Roma

REP. DOMINICANA BY VIVA RESORTS ALL INCLUSIVE

da € **840**

MAURITIUS PRODUCED BY LUX* GRAND BAIE***

da € **940**

MAURITIUS BY CONSTANCE****

da € **1.140**

NEW YORK E MESSICO BY BARCELO***** ALL INCLUSIVE 9 NOTTI = 2 NOTTI New York + 7 NOTTI Messico

da € **1.510**

MALDIVE

da € **1.540**

SEYCHELLES BY CONSTANCE*****

da € **1.540**

BAHAMAS BY SANDALS ROYAL BAHAMIAN ALL INCLUSIVE

da € **2.040**

ISTANBUL & MALDIVE BY LUX* 9 NOTTI = 2 NOTTI Istanbul + 7 NOTTI LUX* Maldives*****

da € **2.340**

MINITOUR CLASSICO MESSICO & MARE ALL INCLUSIVE

da € **2.490**

Tasse aeree escluse. Quote per persona in doppia

Informazioni: 081 409444. Prenotazioni nelle migliori agenzie di viaggio

WWW.IVIAGGIDELLAIRONE.COM

Basta parole. Per far crescere la tua azienda servono i fatti. Aves.net 3