

il Giornale del Turismo magazine

PRIMO PIANO

Decreto turismo sì, però...

SPECIALE CROCIERE

La risalita di Costa

PROTAGONISTI DEL TURISMO

Gli esami di Pellegrino

Giordania non solo Petra



www.visitjordan.com

AIRFRANCE



FRANCE IS IN THE AIR



SUA ALTEZZA A380

Più silenzioso, più spazioso e più eco-friendly.

Scoprite l'ineguagliabile comfort di un viaggio a bordo dell'Air France A380.

Sommario

- Editoriale**
- 5 **Renzi, un'altra pia illusione** Angioletto de Negri
- In copertina**
- 6 **Giordania, il Paese dalle mille facce** Valentina Maresca
- Primo piano**
- 12 **Decreto sì, ma non per tutti**
- Speciale crociere** Antonio Del Piano
- 16 **Costa Crociere si riprende la scena: quota mercato a 61%**
- 18 **Renzi: "L'Italia punta su di voi"**
- 20 **Un anno e mezzo di crociere MSC**
- 21 **CrocierePro.it fa volare Top Cruises**
- 22 **Salpa il nuovo Cruise Planner**
- 24 **Norwegian Escape a tutta Miami**
- Primo piano**
- 26 **È nata la Valtur di Ljuldjuraj** Antonio Del Piano
- Protagonisti del turismo**
- 28 **Domenico Pellegrino: gli esami non finiscono mai** Antonio Del Piano
- News**
- 30 **Le novità più interessanti dal mondo del turismo**
- Attualità**
- 32 **Con Expo 2015 debutta Tripitaly.it** AdP
- 33 **Patanè lancia Italy for You**
- 36 **Prenotazioni on line e recensioni. L'Authority vuol vederci chiaro** Antonio Del Piano
- Tour operator**
- 34 **Best Tours via all'era Testi** Valentina Maresca
- Incoming**
- 38 **Sui voli Emirates va in onda Napoli**
- 40 **Toscana fra vino, sposi e biciclette** AdP
- 42 **C&C Hotels, obiettivo mercato estero** Valentina Maresca
- Trasporti**
- 44 **Primo bilancio positivo per HOP!**
- 45 **La nuova La Première di Air France una suite in grande stile**
- 46 **Con l'accordo fra GNV e Trenitalia è integrazione Freccie/Navì**
- Hotel**
- 48 **Hard Rock Hotel in Europa** AdP
- 50 **Ospitalità alla luce del sole**
- Enti del turismo**
- 49 **Neto alla Embratur**



partenze ogni domenica

Crociere sul Nilo & Marsa Alam Con i Dolci Viaggi puoi!

5 giorni di navigazione e visite
+ 7 giorni mare sulla incontaminata
barriera corallina di Marsa Alam

Quote da Milano e Roma con EGYPTAIR

A dal 01/06 al 22/06 € **920**

B dal 23/06 al 24/07
e dal 19/08 al 23/10 € **990**

C dal 25/07 al 18/08 € **1.250**

Bambino 2/11 anni: -300 in A/B e -380 in C.
Supplemento all'Hilton Nubian Hotel****: € 130.
Richiedi il programma completo.

Nelle migliori agenzie di viaggi



Hilton Nubian Resort

www.idolciviaggi.it

Infoline i Dolci Viaggi Tel. 081 2452321
informazioni@idolciviaggi.it



iDolciViaggi[®]



**Business & Tourism
Insurance service**

Esclusive **Formule Assicurate** per il Turismo



SEACURITY

La Polizza per la Biglietteria Traghetti

Rimborsa il costo del biglietto del traghetto e mette al sicuro la tua auto durante il viaggio

Via dei Cavalleggeri 6, Roma
Tel +39 06 39378906 - www.b-tinsurance.it



SKYTEAM®

SKYTEAM VI PORTA DOVE DOVETE ANDARE.

LE MIGLIA SKYTEAM VI PORTANO DOVE VI PIACEREBBE ANDARE.

Con 20 compagnie aeree SkyTeam e numerosi partners in tutto il mondo, viaggiare è un'esperienza unica. Con un network mondiale di 1.064 destinazioni e l'accesso a 564 saloni esclusivi, SkyTeam vi rende facile arrivare ovunque. Visitate skyteam.com

Caring more about you™

AEROFLOT

Aerolíneas Argentinas

AEROMEXICO

Alitalia

AIRFRANCE

Alitalia

CHINA AIRLINES

CHINA EASTERN

CHINA SOUTHERN

CZECH AIRLINES

DELTA

Garuda Indonesia

Japan Airlines

KLM

KOREAN AIR

MEGA

SAUDIA

TAROM

Vietnam Airlines

XIAMENAIR



Renzi, un'altra pia illusione

Nelle logiche dell'attuale esecutivo, recentemente il Governo Renzi ha varato un intero punto del documento di programmazione economica e finanziaria Def 2014 dedicato al turismo. Quando ho appreso ciò mi sono rallegrato... finalmente qualcuno che parte bene!!!

Solo una pia illusione... nel documento non si legge alcun supporto a chi crea veramente turismo, vive di turismo, rischia per il turismo, viaggia in giro per il mondo per proporre il proprio territorio e poi stampa milioni di depliant in varie lingue per distribuirle nel mondo in quanto TOUR OPERATOR o Agenzia Incoming... uniche realtà di riferimento per lo sviluppo concreto del settore.

Il governo Renzi infatti, in detto documento ha posto una unica attenzione: l'introduzione di specifici strumenti finanziari per incentivare gli imprenditori dell'alberghiero per ammodernare le strutture ricettive con una serie di facilitazioni.

Mai qualcuno che capisca che gli investimenti vanno fatti in comunicazione, in supporto a chi stampa i cataloghi in tutte le lingue, in creazione e formazione del lavoro sul web, in tecnologia,

in supporto a chi organizza educational all'estero, in sgravi fiscali per gli addetti ai lavori, in aiuti per chi assume personale specializzato, per qualificare le Guide Turistiche, per facilitare la partecipazione alle Fiere, per incentivare le Compagnie aeree a favore di più accessibili tariffe...

Gli albergatori, solitamente ex costruttori, già sanno come reperire i fondi per l'ammodernamento delle proprie strutture!!! Solitamente sanno fare solo questo.

L'onniscienza ed il delirio dell'onnipotenza dei nostri Governanti è stata sempre la nostra rovina... mai l'umiltà di farsi affiancare da noi che viviamo di turismo... o meglio vivevamo!!!

Grazie per la lettura

Angioletto de Negri



Giordania

il Paese dalle mille facce

Siti archeologici e biblici, mare e deserto, meta per una contemplazione ammirata, del benessere e del turismo sportivo. Un viaggio nel territorio giordano consente un'esplorazione a tutto tondo di una realtà autenticamente orientale che ha intrecciato i suoi destini all'Occidente fin dagli inizi della sua storia

a cura
di Valentina Maresca

La Giordania è un autentico mondo da scoprire, una matryoska di città e luoghi più o meno celebri ma tutti degni di una tappa. In un ipotetico itinerario si potrebbe partire da Jerash, seconda soltanto a Petra tra le destinazioni preferite dei turisti in Giordania. Abitata ininterrottamente da oltre 6.500 anni, visse il suo periodo di massimo splendore sotto il dominio dei Romani ed oggi è una delle città di epoca romana meglio conservate al mondo. Sepolta per secoli sotto la sabbia, prima di essere riscoperta e restaurata negli ultimi 70 anni, l'antica Gerasa costituisce una splendida testimonianza della grandezza e delle caratteristiche dell'opera di urbanizzazione condotta dai Romani nelle province dell'Impero in Medio Oriente. Pur sotto l'impronta greco-romana, Gerasa conserva una peculiare commistione di Oriente ed Occidente. L'odierna Jerash sorge ad est delle antiche rovine. Il vecchio ed il

nuovo insediamento hanno un muro in comune e le autorità attuano un attento piano di salvaguardia e pianificazione che ha consentito alla città di svilupparsi lontano dalle rovine. Il Festival di Jerash, che si tiene ogni anno a luglio, trasforma quest'antica località in uno degli eventi culturali più spettacolari del mondo. Degna di nota è anche Umm Qays, in cui avvenne il famoso miracolo dei maiali di Gadarene; Gadara (oggi nota come Umm Qays) è stata in passato un rinomato centro di cultura. Patria di molti poeti e filosofi classici, tra cui Teodoro, fondatore della scuola retorica a Roma, fu ribattezzata "nuova Atene" da uno di essi. Abbarbicata su un'altura sovrastante la Valle del Giordano ed il Mare di Galilea, Umm Qays vanta una splendida terrazza colonnata e le rovine di due teatri. Per chi alla storia volesse aggiungere le atmosfere bibliche, la Rift Valley giordana regala al visitatore un paesaggio di





Castello di Azraq



Mar Morto

drammatica bellezza. Questa vasta depressione è la più bassa sulla Terra e riceve le acque di diversi corsi d'acqua, tra cui il Fiume Giordano. Il Mar Morto è cinto da catene montuose ad est e dalle dolci colline di Gerusalemme ad ovest, in uno sce-

nario di rara suggestività. Secondo la tradizione, in questa regione sorgevano cinque città bibliche: Sodoma, Gomorra, Adman, Zeboiim e Zoar (Bela). La costa orientale giordana del Mar Morto si è trasformata in un'attrattiva per il turismo religioso e del benessere fisico.

Buone comunicazioni stradali, eccellenti strutture alberghiere dotate di impianti termali e centri fitness, oltre a siti archeologici e spirituali, fanno di questa regione una meta preferita dai turisti internazionali oggi come lo era di re, imperatori, mercanti, profeti e pellegrini nell'antichità. Per gli amanti del benessere, ci si può concedere un massaggio tonificante o provare i noti poteri curativi dei minerali estratti dai fondali fangosi. Se si preferisce un soggiorno con tutti i comfort, si può trascorrere la notte in uno degli hotel con vista sul lago che costellano la sponda occidentale ammirando gli spettacolari tramonti sul Mar Morto. I patiti di wellness hanno anche un'altra tappa molto gettonata sin dall'antichità. Fin dai tempi dell'Impero romano, infatti, i visitatori hanno sempre frequentato le sorgenti minerali termali di Hammamat Ma'in o Zarqa Ma'in per sottoporsi a trattamenti termali o, semplicemente, per godersi un bel bagno caldo. Non esiste modo migliore di immergersi nella storia che facendo un bagno in una splendida vasca naturale di acqua calda. Situata in un luogo da favola, questo eccellente centro termale offre un'ampia varietà di trattamenti professionali, tra cui applicazioni di fanghi, bagni e docce con idromassaggio, massaggi subacquei e molto altro ancora. Per gli amanti di fauna e flora marina, tappa obbligatoria è Aqaba. importante sbocco sul mare della Giordania. Aqaba offre un rilassante contrasto rispetto al deserto del nord. Le

Petra, il gioiello più prezioso della Giordania

Spesso descritta come una delle otto meraviglie del mondo antico, Petra è senza dubbio il tesoro più prezioso della Giordania e la sua maggiore attrattiva turistica. È una vasta città dalle caratteristiche uniche: i Nabatei, industriosa civiltà araba insediatasi in questa zona oltre 2.000 anni fa, la scavarono dalla nuda roccia e la trasformarono in uno snodo cruciale per le rotte commerciali della seta e delle spezie, grazie alle quali Cina, India ed Arabia del Sud poterono entrare in contatto con Egitto, Siria, Grecia e

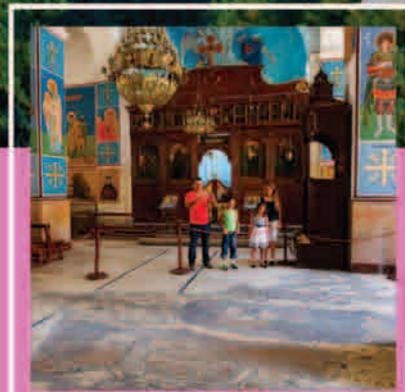
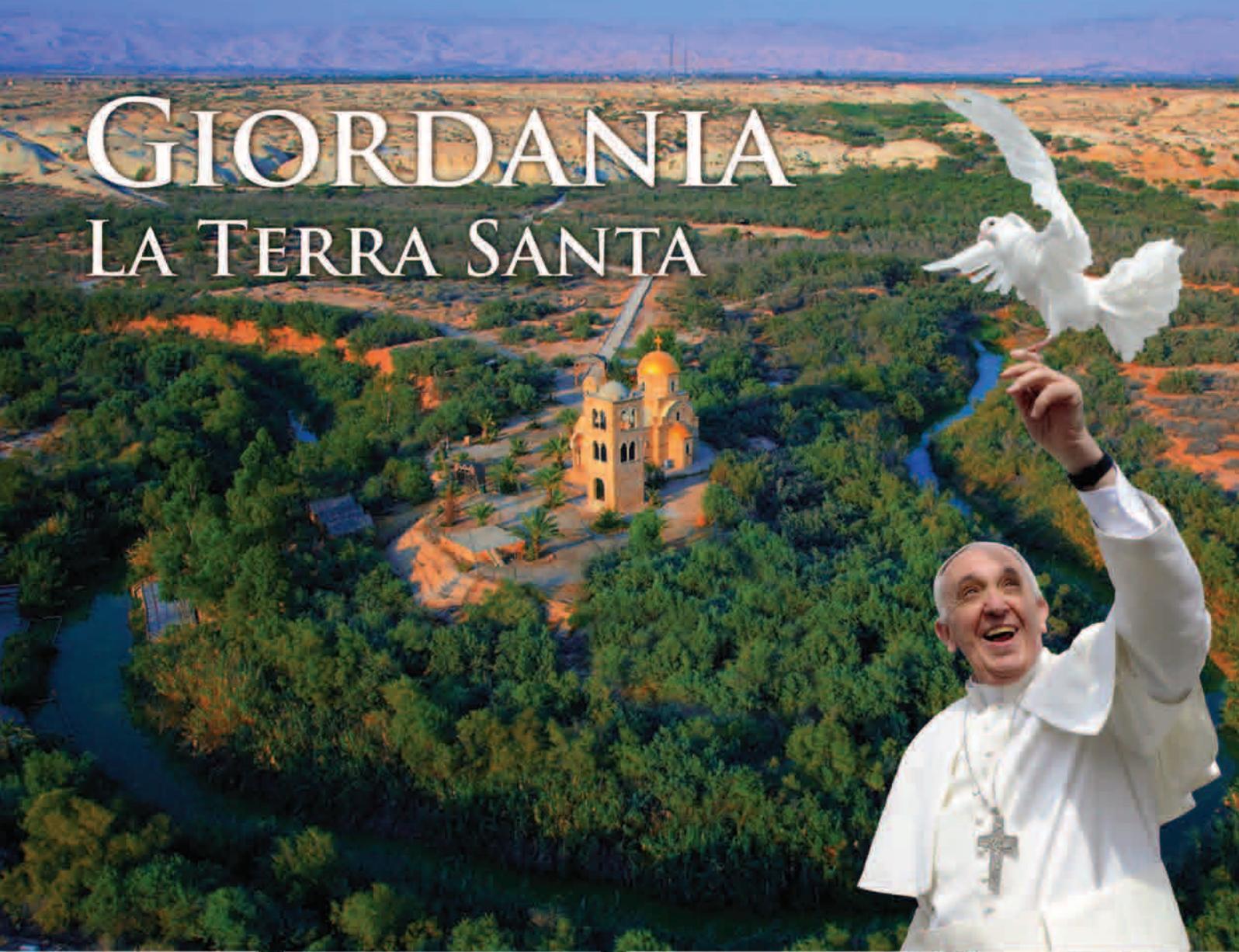
Roma. Il Regno dei Nabatei è durato secoli e Petra fu ammirata per la sua cultura raffinata, l'architettura monumentale e l'ingegnoso complesso di dighe e canali. Tuttavia, l'imperatore romano Traiano incorporò il regno. A partire dal XIV secolo, nel mondo occidentale non si ebbero più notizie di Petra per quasi 300 anni, ma nel 1812 il viaggiatore svizzero Johann Ludwig Burckhardt persuase la sua guida a condurlo nel punto in cui si diceva fosse esistita la città perduta. Prendendo segretamente appunti e schizzi, scrisse: "Sembra molto probabile che le rovine di Wadi Musa siano quelle dell'antica Petra." Per salvaguardare Petra, oggi dichiarata patrimonio dell'umanità dall'Unesco, tutte le strutture turistiche sono state situate nella città di Wadi Musa, accanto all'ingresso del sito.



Petra

GIORDANIA

LA TERRA SANTA



Ente Turismo Giordania
Via Palestro, 10
10015 Ivrea TO
Tel 0125-44818
Italy@visitjordan.com



 [visitjordan](https://www.visitjordan.com)

www.visitjordan.com

Siamo sul podio, ma possiamo fare di più. L'Italia, infatti, è il terzo Paese in termini di arrivi per la Giordania dopo Inghilterra e Germania. Un bronzo che spinge Marco Biazzetti, direttore del Jordan Tourist Board per l'Italia, a puntare più in alto: "Nel 2013 sono stati 40.000 gli italiani che hanno visitato la Giordania, cioè un +4% rispetto al 2012. L'obiettivo del 2014 è di consolidare questa crescita per avvicinarsi alla stagione record del 2010, che ha fatto segnare 60.000 arrivi dall'Italia. Tale successo è stato poi ridimensionato dalla crisi generata dalla primavera araba e dalla guerra civile in Siria che ha penalizzato la Giordania, per nulla coinvolta nei problemi dei Paesi limitrofi".

L'Ente partecipa ai principali appuntamenti del settore e ha diverse co-partnership con operatori specializzati sulla destinazione per la promozione della Giordania e la diversificazione dei prodotti, oltre ad organizzare viaggi stampa ed educational. È inoltre in fase di realizzazione una campagna promozionale on line ed off line, nonché sui social media.

Marco Biazzetti: Obiettivo riavvicinarci al 2010, anno del boom



Jerash



sue spiagge sabbiose e le barriere coralline sono tra le più incontaminate del Mar Rosso ed i giordani lavorano incessantemente per preservarne la bellezza. Gli splendidi fondali indaco poco al largo di Aqaba offrono uno spettacolo marino caleidoscopico facilmente raggiungibile dopo una breve nuotata per uscire dalla barriera. Le insolite correnti ascensionali e le brezze marine rendono le immersioni fresche e piacevoli anche durante le torride estati. La barriera di Aqaba ospita una grande varietà di coralli e pesci. Non è difficile imbattersi nelle specie di corallo più comuni, come la Fungia e la Montipora, ma ci sarà anche l'occasione per ammirare la rara Archelia, un esemplare nero che si trova a notevoli profondità e scoperto dal compianto Re Hussein. La barriera è popolata da pesci di ogni tipo, tra cui pesci pagliaccio, pesci balestra, anemoni di mare, pesci pappagallo, pesci ago e tanti altri. Due delle specie più affascinanti sono lo squalo-balena, il più grande pesce esistente, un esemplare innocuo che si ciba di plancton, ed un raro tipo di anguilla che si mimetizza tra le alghe. Possibili, oltre alle immersioni, altri sport acquatici quali snorkeling, pesca e vela per passare il tempo all'insegna del relax o escursioni in imbarcazioni col fondo trasparente per coloro che amano osservare da vicino il mondo sot-

tomarino. Ci si può godere le calde acque di Aqaba per nove mesi l'anno durante l'inverno, la primavera e l'autunno. Un altro grande classico è il deserto del Wadi Rum, il più esteso e stupefacente della Giordania con i suoi paesaggi favolosi, senza tempo ed incontaminati. Un dedalo di formazioni rocciose monolitiche si innalza in un territorio desertico fino ad altezze di 1.750 metri, creando una sfida naturale anche per gli scalatori più esperti. Coloro che amano camminare potranno godersi la tranquillità di spazi sconfinati, esplorare canyon e pozzi d'acqua, scoprire disegni sulla roccia di 4.000 anni fa e tanti altri spettacolari tesori di questo vasto territorio. Noto anche come "Valle della luna", in questo luogo il Principe Faisal Bin Hussein e T. E. Lawrence insediarono il loro quartier generale durante la Rivolta Araba contro gli Ottomani durante la Prima guerra mondiale; le loro imprese, quindi, si intrecciano con la storia di questa straordinaria regione.

iDolciViaggi®

debutta in Giordania



Il 2014 è l'anno del debutto giordano per i DolciViaggi, nato l'anno scorso ma con le spalle larghe e sulle quali si poggia la grande esperienza di Airongroup. "Per il 2014 abbiamo selezionato ed aggiunto nuove destinazioni tra cui la Giordania, di trend e di fascino ma anche con caratteristiche politico-culturali di massimo affidamento – spiega Francesco Peluso, responsabile programmazione del tour operator – La nostra scelta iniziale è come sempre andata sui tour e gli itinerari, con partenze settimanali e sempre

garantite a partire da due persone. Altra scelta fondamentale è stata quella di affiancare alla compagnia aerea Royal Jordan, con partenze da Roma e Milano per Amman, anche la Turkish Airlines, che decolla con comode coincidenze via Istanbul pure da Napoli, Torino, Genova, Pisa, Venezia ed in ultimo Catania, con lo scopo di venire incontro alle esigenze dei nostri clienti". Obiettivo di questo primo anno giordano è quello della divulgazione e conoscenza del prodotto, motivo per il quale l'operatore sta pensando anche ad un eductour con agenti di viaggi al quale seguirà l'ideazione di nuove proposte dal prossimo inverno. Parlando dell'offerta, "ai tour classici con le soste tradizionali di Mar Morto, Petra, Wadi Rum, a breve inseriremo una diversa possibilità di soggiorno adatta a tutti ma soprattutto a chi non ama viaggiare a lungo in bus. Si tratta – anticipa Peluso – di pernottare sul Mar Morto e da qui organizzare semplici escursioni giornaliere per raggiungere i siti di maggiore fascino".

Decreto sì, ma non per tutti

I provvedimenti per il turismo annunciati a fine maggio dal Governo guardano verso chi si occupa di ricettivo e lasciano inevase le istanze di adv e tour operator

Roma

C'è un Governo che torna ad occuparsi concretamente di turismo. Almeno così pare a sentire gli imprenditori del settore, ormai abituati a commentare provvedimenti ritenuti senza né capo né coda, mai utili a risollevarne un comparto investito da tutte le crisi, che per primo ne ha pagato ogni volta le conseguenze.

Soddisfazione quindi per il 'cenno di vita' della premiata ditta Renzi & Franceschini, seguita però da opportune precisazioni e manifestazioni di fiducia sul fatto che il recente varo del Decreto Turismo (e Cultura) sia solo il primo passo del nuovo corso. Un primo passo perché, a leggere le carte e sentire le voci dei diretti interessati, al mosaico composto a Roma mancherebbero ancora diversi tasselli.

Fra crediti d'imposta e digitalizzazioni si guarda infatti molto al ricettivo e poco a chi in agenzia vende viaggi, sia esso grossista che dettagliante.

IGNORATE LE SOLLECITAZIONI DI ASTOI

"Siamo ancora parecchio distanti però da un'azione di governo che renda al turismo il ruolo che gli spetterebbe, ovvero il potenziale volano della ripresa economica del Paese". L'ultimo intervento di Nardo Filippetti in veste di presidente ASTOI arriva proprio in concomitanza con le decisioni del Governo.

"Siamo soddisfatti del fatto che il turismo sia tornato ad essere parte dell'azione di Governo – dice il presidente uscente di ASTOI – Le misure approvate ci sembrano ragionevoli, corrette e utili al settore, in particolare al settore alberghiero – sottolinea Filippetti – Nel decreto approvato non è previsto nulla che riguardi il turismo organizzato e l'intermediazione e non c'è alcuna delle richieste che ASTOI – Confindustria pone da sempre al centro della sua azione associativa. Nessuna modifica al Codice del Turismo, in particolare agli articoli 36 e 42 sull'annullamento per cause di forza maggiore e soprattutto all'articolo 51, quello riguardante il Fondo di Garanzia. Su questo, ribadiamo la





Matteo Renzi

disponibilità al confronto con le istituzioni di governo per continuare i colloqui già avviati. La strada imboccata sembra quella buona, attendiamo con fiducia”.

CONFATURISMO: PREOCCUPAZIONE ENIT

Punta l'attenzione sulla parte relativa all'ENIT invece il presidente di Confturismo Luca Patanè, soprattutto in vista dell'EXPO 2015. “Sul punto del decreto che riguarda il commissariamento e la riorganizzazione dell'Agenzia siamo preoccupati – dice – Il percorso già intrapreso per la sua trasformazione, peraltro con il coinvolgimento delle rappresentanze di categoria del settore, deve essere accelerato alla vigilia di EXPO. Non avere da subito certezze sulle risorse messe a disposizione ed anzi con il rischio che per 'riorganizzazione' si intenda depoten-

ziamento, magari incentrato proprio sulle sedi estere, il cuore pulsante dell'attività dell'Agenzia, sarebbe un fatto gravissimo. L'Italia turistica merita investimenti adeguati nella sua promozione da subito”.

L'impressione comunque è che questa volta, come già sentito dire nelle ultime settimane e soprattutto dopo l'esito del voto Europeo, il Governo goda di una linea di credito presso gli imprenditori, sconosciuta agli esecutivi precedenti. “Diamo supporto a Renzi e, confidando nel buon senso finora dimostrato anche in altri provvedimenti, auspichiamo un sempre maggiore coinvolgimento degli operatori e delle categorie del settore per poter esprimere, in un dialogo sempre costruttivo, i nostri pareri e le nostre indicazioni”.

AICA E L'USO DEL CREDITO D'IMPOSTA

Il decreto varato dal Governo è stato ovviamente accolto con grande soddisfazione soprattutto dagli albergatori. “Da tempo aspettavamo un segnale da parte delle istituzioni” dice infatti Giorgio Palmucci, Presidente di Associazione Italiana Confindustria Alberghi. “È stata rico-

Fra Art Bonus e credito d'imposta

Appena mezz'ora, in un primo pomeriggio di primavera inoltrata, a cavallo fra una riunione ed un comizio elettorale in vista delle Europee che si sarebbero tenute da lì a qualche giorno. Tanto è bastato al Governo per approvare il Decreto Cultura e Turismo. Evento annunciato, l'auspicabile svolta attesa da tutto il comparto. La promessa è stata mantenuta, in mezzo a tante rottamazioni e cambi di passo Matteo Renzi prova a regalarne una anche al turismo. Il decreto che passerà alle cronache come quello dell'Art Bonus, era stato anticipato dall'ormai tradizionale cinguettio del Premier (#italiariparte. Approvato decreto cultura turismo mooolto interessante. Prossime settimane disegno di legge delega settore.#unoxuno”) e seguito dall'illustrazione del Ministro Dario Franceschini. “La prima norma del provvedimento – ha spiegato – sarà l'Art Bonus. Il decreto rivoluziona infatti il rapporto tra pubblico e privato nella cultura, grazie all'arrivo il credito d'imposta del 65% per i privati che fanno donazioni in favore del patrimonio artistico e culturale italiano”. Il decreto legge prevede anche misure per la tutela dell'area archeologica di Pompei e per la Reggia di Caserta: Il punto che riguarda più direttamente gli operatori turistici è il credito d'imposta del 30% previsto per la digitalizzazione delle imprese ricettive e per il restauro degli alberghi fino a tre stelle, con una soglia di 12.500 euro per azienda. Niente quindi per adv e tour operator, che potranno però beneficiare dei maggiori investimenti in promozione online di questo settore. Per quanto riguarda l'Enit, Franceschini è andato già duro: “Ha bisogno di essere riformato e digitalizzato. Non è possibile che l'85% delle risorse sia investito in personale e gestione, anziché in promozione. È una cosa folle – ha denunciato – così come il modo in cui è stato gestito il progetto Italia.it”.

Primo piano

nosciuta l'importanza del turismo come volano per la ripresa economica del Paese e più in particolare ha tenuto conto di aspetti legati tipicamente al nostro settore". Negli ultimi anni è stata cosa rara raccogliere fra gli operatori turistici commenti positivi alle mosse del Governo. La musica era sempre la stessa, ora sembra che lo spartito sia cambiato. "Bene la concessione di un credito di imposta del 30% per la digitalizzazione e la ristrutturazione degli alberghi anche se sarà opportuno capire come questa potrà essere utilizzata dagli albergatori. Se poi fossero confermate anche le indiscrezioni dei giorni scorsi che vedevano la liberalizzazione della somministrazione di alimenti e bevande ai non alloggiati – che da tempo l'Associazione richiedeva a gran voce – il giudizio sul provvedimento sarebbe ancora più positivo". Cambia la storia quindi?



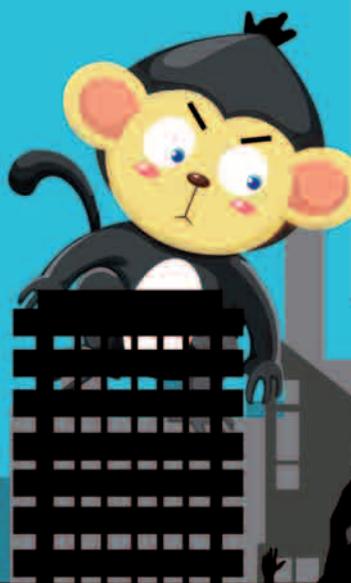
Dario Franceschini

"I presupposti per una ripresa ci sono tutti ora aspettiamo i decreti attuativi e i contenuti della legge delega del settore che il Premier Renzi ha annunciato per le prossime settimane".

FEDERALBERGHI PLAUDE E RILANCIA

Per la serie 'gli incontentabili' però, arriva Federalberghi ha tirare un po' il freno all'eccessiva soddisfazione che sembra abbia pervaso il settore: "Le indispensabili agevolazioni per accelerare la riqualificazione e la digitalizzazione delle strutture alberghiere del Bel Paese, la ridefinizione dell'organismo che deve promuovere l'immagine turistica dell'Italia nel mondo, nonché una maggiore sinergia con i beni turistico-culturali costituiscono un buon punto di partenza per ricostruire il clima di attenzione necessario per il rilancio di un asset strategico per l'economia e l'occupazione

La cosa sorprendente è il prezzo



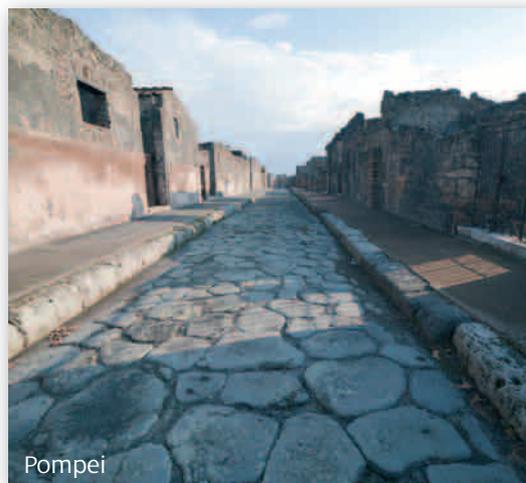
SurPrize!

Prenota per il tuo cliente notti in hotel 3* e 4* nelle principali destinazioni spagnole e portoghesi. A prezzi imbattibili!

HOTEL A: C. Brava – Baleari – Maiorca – Madrid – Siviglia – Valencia – Granada – Oviedo
La Coruña – Saragozza – Santiago di Compostela – Bilbao – Porto – Lisbona

TORSystem[®] ADVANCED

20 ANNI
INSIEME
transHotel



Pompei

nazionale" commenta la federazione degli albergatori presieduta da Bernabò Bocca, che subito dopo già rilancia: "Ci auguriamo che al decreto si affianchino presto altre misure strutturali e di sistema e che durante l'iter del provvedimento siano reperite maggiori risorse, con l'obiettivo di migliorare ulteriormente l'efficienza del nostro sistema di offerta turistica".

Anche da qui parte un richiamo all'appuntamento clou che metterà l'Italia sotto gli occhi del mondo nel 2015.

"Mancano pochi mesi all'Expo ed è responsabilità di tutto il Paese cooperare ed investire per presentarsi in modo adeguato a questo appuntamento, facendo sì che venga trasmessa all'estero l'immagine di un Paese moderno, efficiente ed ospitale, anche al fine di massimizzare il ritorno della comunicazione ai fini di promozione turistica".

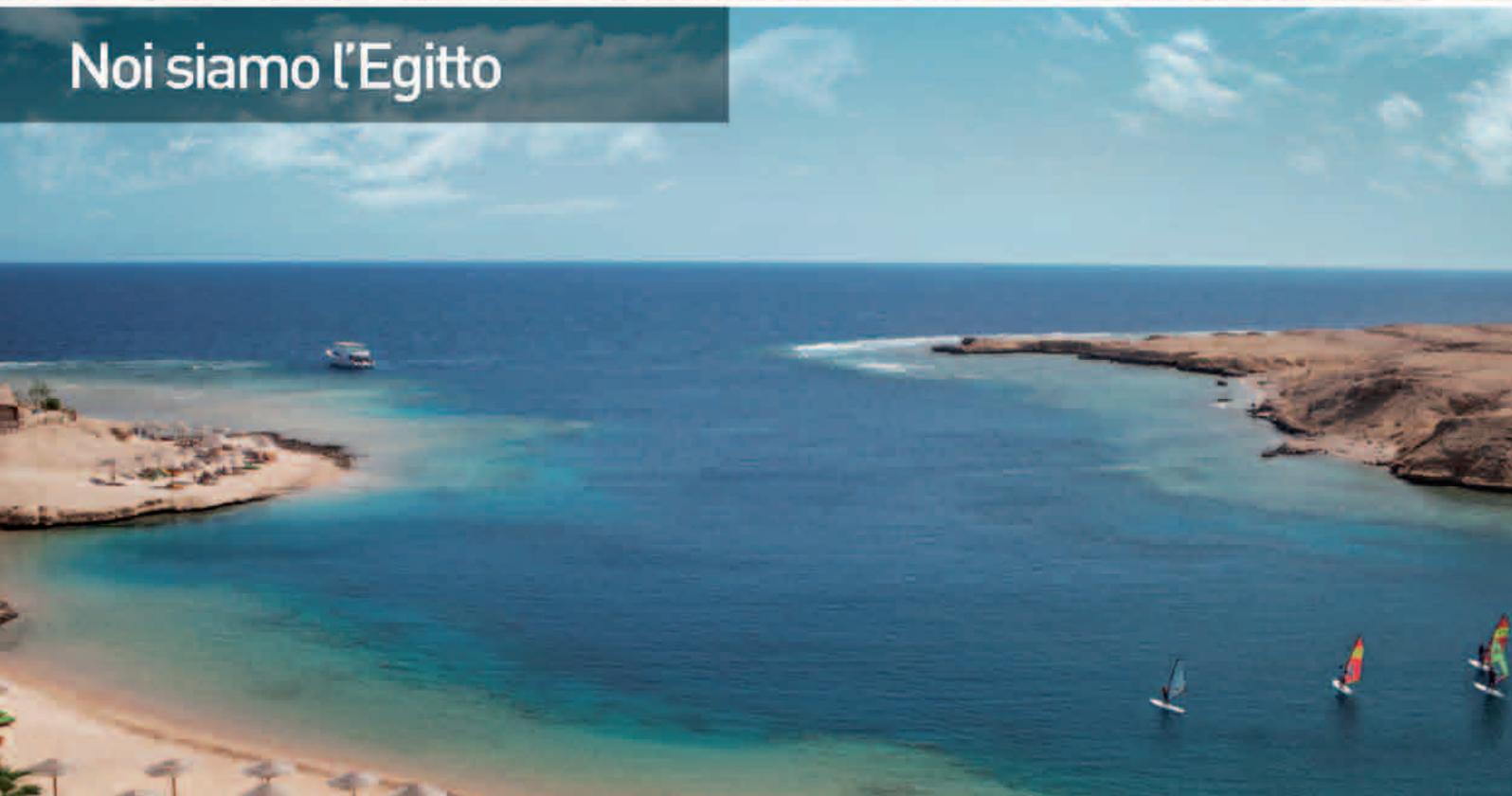
Noi siamo l'entusiasmo



Noi siamo la tranquillità



Noi siamo l'Egitto



Ehi voi, lo sapete cosa vuol dire stare in ufficio seduti alla scrivania sotto i neon? Ecco, adesso immaginatevi esattamente l'opposto. Le onde, la luce del sole, il rilassante rollio del mare. Io e i miei amici abbiamo una giornata che inizia presto al mattino con lo snorkeling o alcune volte con il parasailing. E, per quelli più carichi di energia, anche con il kite-surf. Hurgada vi farà tornare in mente cosa vuol dire essere vivi. Adesso, se mi scusate, devo andare a ricordare un altro po'. Ci vediamo presto
Amin

Ci vediamo a
HURGHADA
www.egypt.travel

egitto
L'ombra di tutte le stelle.
Anche la tua.

Costa Crociere si riprende la

servizio a cura
di Antonio Del Piano

Siamo tornati. Viene in mente uno dei cori classici gridati dalle squadre che tornano in serie A, per spiegare meglio lo stato d'animo che serpeggia in Costa Crociere. Sentimenti evidenziati dai volti soddisfatti del management, dal Ceo Michael Thamm al direttore commerciale Italia Carlo Schiavon, nell'illustrare i numeri della stagione che è appena partita, alla platea degli agenti di viaggio ospiti a bordo di Costa Luminosa per l'attribuzione dei riconoscimenti ai Protagonisti del Mare.

“Nei primi tre mesi del 2014 la quota di mercato di Costa Crociere si attesta al 61%, con un guadagno di 11 punti rispetto ad un anno fa” annuncia Schiavon.

“L'anno è iniziato in maniera molto positiva – continua il direttore commerciale – ma quello che più conta è che la ripresa non solo è una cosa di cui si parla ma qualcosa che stiamo effettivamente sentendo”. I dati parlano chiaro: “Se guardiamo le crociere che partono nell'anno fiscale 2014 e valutiamo il periodo gennaio aprile, in Italia Costa ha un trend positivo del 51%. Se poi analizziamo le crociere che partono nell'anno 2015, il dato sale al 55%, una cosa davvero notevole. L'anticipo delle prenotazioni nel 2014 è arrivato a 4 mesi. Questo vuol dire che c'è un mercato sempre più attento”.

In più la considerazione, confermata da tutti i players del settore, su come il mercato crocieristico in Italia abbia ancora ampi margini di crescita. “Nel 2012 la quota crociere del mercato italiano valeva 13 punti, un anno dopo è arrivata a 15 e quest'anno, se guardiamo ai primi quattro mesi, siamo già al 19%. Pensiamo non sia fi-

nita qui, c'è ancora molto da fare. Ce lo dice anche il confronto con mercati più maturi. Quello inglese vale il doppio di quello italiano, negli Usa sono quasi al triplo. In Italia, un italiano su 4 è già stato in crociera, vogliamo fare il modo di sfruttare al massimo il potenziale di crescita”.

LA SCELTA WE CARE

Questi risultati non arrivati per caso. Alla loro base c'è anche la decisione presa due anni fa di essere un'azienda We Care, trasparente, che ascolta i partner e condivide con loro le scelte. “Una scelta che nel 2014 concretamente si traduce nella riorganizzazione politica commerciale, della forza vendita, del contact center, dei servizi comarketing, della formazione e nel nuovo business portale Costa Extra”.

Il nuovo piano commissioni riconosce maggiore remunerazione alle agenzie che si impegnano nella vendita di prodotti qualità, come le cabine con balcone, la SPA Samsara e tutte le suite. E dopo aver ascoltato i pareri e le richieste degli agenti di viaggio, si è deciso di aumentare del 50% le commissioni del Fly&Cruise.

La riorganizzazione del reparto commerciale ha visto la nomina di tre nuovi responsabili d'area che coordinano una squadra di 35 sales manager. Si lavora anche per migliorare l'efficienza del contact center. “Il nostro è molto valido, ma vogliamo aumentarne l'efficienza a partire dal resolving, per far sì che nell'arco di una sola telefonata si riesca a risolvere qualsiasi tipo di problema”. In termini di formazione, va avanti in programma di Sales Academy che ha riscosso enorme successo.

**Nel corso
de I Protagonisti
del Mare, Carlo
Schiavon traccia
un primo bilancio
di una stagione che
vede la Compagnia
recuperare
posizioni e lancia
la nuova strategia
che va da We Care
a Costa Extra**

I Protagonisti del Mare

59 agenzie e due premi per iniziative speciali nel sociale. È questo il bottino italiano nell'edizione numero 21 de I Protagonisti del Mare che si è svolta a bordo di Costa Luminosa. Sulla nave che ha ospitato 1.700 agenti di viaggio provenienti da tutto il mondo, a fregiarsi del premio Over the Top, per quanto riguarda l'Italia, sono state 9 agenzie: Adda Viaggi di Cassano d'Adda (MI), Agua Travel di Carovigno (BR), Bisazza Gangi di Messina, Conca d'Oro Viaggi di Palermo, Il Vagero Viaggi di Viareggio, MGM di Torino, New feeling Viaggi di Cagliari, Osiris Travel di Genova, Vedef di Savona. Per le iniziative sociali, il riconoscimento è andato all'A.F.P.D – Associazione Familiari Persone Disabili di Cassano Magnago (VA) e all'Associazione Aut Aut di Reggio Emilia.



scena: quota mercato a 61%

COSTA EXTRA

Per essere più vicini agli agenti di viaggio, ad ottobre è nato il portale Costa Extra, che ad oggi conta già 9000 iscritti.

“Abbiamo già investito più di mezzo milione di euro per uno strumento che deve aiutare le agenzie a creare business in modo veloce. Si presenta già con una nuova veste grafica e propone numerose come, ad esempio, la possibilità di inviare un Preventivo emozionale. Si tratta di uno strumento che consente di inviare il preventivo via mail come minisito per dare al cliente la possibilità di vivere in anteprima la sua crociera”.

E poi ancora, fra gli altri strumenti anche un Crm su misura, ossia un software che aiuterà a gestire meglio contatti e campagne, con database delle attività di vendita crociere passate e future.

“In definitiva, si tratta di strumenti che servono per affrontare meglio la partita on line con le Olta e, non nascondo, anche con il nostro canale delle vendite dirette, sapendo che le regole sempre e comunque uguali per tutti”.



Costa Luminosa





Renzi: “L’Italia punta su di voi”

Thamm incassa la fiducia del Premier e cerca di fare da arbitro, imparziale, fra Italia e Germania

Happy. Felice. Non è solo il tema del jingle che risuona nei promo delle crociere in vendita. È anche lo stato d’animo dell’azienda. Il Ceo di Costa Crociere, Michael Thamm, lo fa capire subito, per mettere da parte le ombre del passato recente. C’è un posto nel cuore dove resterà per sempre un ricordo che non fa onore ma la vita va avanti, è andata avanti, ed oggi la Compagnia si è ripresa la leadership in Italia, nei termini che le erano conosciuti.

Il futuro ha un aspetto più roseo, la fiducia non manca tanto da aver messo in piedi nuovi sistemi

per facilitare le vendite. E c’è soddisfazione per una battuta del Presidente del Consiglio Matteo Renzi, rivolta a Thamm, nel corso di un varo cui ha presenziato a Trieste. “L’Italia punta su aziende come la vostra – ha detto il Premier al Ceo Costa – per recuperare e migliorare la sua immagine all’estero”. Impresa non da niente, se è vero che proprio i fatti del Giglio all’immagine dell’Italia hanno causato non pochi danni e che fra le critiche più feroci ci furono anche quelle che arrivarono dalla Germania, terra natia dello stesso Thamm.

Il manager Costa però, sembra essere meno critico nei confronti del nostro Paese, e non per il suo ruolo di parte. “È vero, l’Italia non è molto brava a promuoversi – dice, confermando tesi già sostenute da altri addetti al settore fuori dall’Italia – però è anche vero che all’estero si ha un’immagine degli italiani non rispondente a quella reale. Io stesso, che sono a Genova ormai da due anni, ho avuto modo di capire che c’è qualcosa di più. E non lo sostengo perché ho lontane radici italiane”. Detto da un manager tedesco, è un’affermazione che di questi tempi fa notizia. “Dispiace che ci siano tante incomprensioni, anche a livello politico, fra Italia e Germania – aggiunge infatti Thamm – Anche i tedeschi sono diversi da come a volte vengono dipinti all’estero, ci vorrebbe una migliore reciproca conoscenza”.



CON IL MEGLIO DEL MARE
E IL MEGLIO DELLA TERRA
DARAI ALLE VACANZE DEI TUOI CLIENTI
UNA ROTTA NUOVA.

Invita i tuoi clienti a
trascorrere le vacanze
estive con Costa alla
scoperta delle Grandi
città del Baltico.
**Crociere di 8 giorni
su Costa Luminosa
e Costa Fortuna
con tanti voli speciali
da molte città italiane.**



Scopri tutte le novità e
le offerte su costaextra.it



Costa

Un anno e mezzo di crociere MSC



esperienze – Bella, Fantastica, Aurea o Yacht Club – e ai vari servizi inclusi. Ulteriore risalto è stato dato all'importanza di prenotare in anticipo e al sistema tariffario che premia chi pianifica le proprie vacanze in anticipo rispetto agli altri.

Per la prima volta in copertina, oltre all'immagine di un'unità della flotta, sono state inserite anche alcune foto delle destinazioni, dando risalto quindi al contempo sia alla nave che ai luoghi in cui essa può accompagnare i viaggiatori.

Il catalogo è stato suddiviso in tre parti. La prima è un'introduzione alla Compagnia e alle ragioni per cui scegliere MSC, dalla flotta moderna con un alto numero di cabine dotate di balcone, all'ospitalità accogliente e familiare. In questa parte è quindi possibile avere una panoramica del brand MSC Crociere – la sua lunga storia, le competenze, la passione per il mare e l'esperienza impareggiabile in tutti gli oceani del mondo – e sui suoi valori, che sono relax, scoperta e divertimento.

Questa sezione introduce anche i lettori alla filosofia dello stile di vita mediterraneo secondo cui la vita non va misurata in minuti, ma in quei momenti che si ricordano per sempre.

La seconda parte è una panoramica nel mondo di MSC Crociere con descrizioni dettagliate delle destinazioni, di stagione in stagione, a cominciare dai Gran Voyages verso luoghi esotici e incantevoli. Particolare risalto è stato dato alla ricca offerta nel Mediterraneo, area in cui MSC Crociere è leader. L'ultima parte contiene le informazioni utili per la crociera, come ad esempio i pacchetti di bevande, i ponti delle navi e il calendario delle crociere organizzato per mese e per macro-destinazione.

I lettori possono facilmente scoprire quali sono le nuove destinazioni nei cinque continenti per la stagione 2014/2016 e con uno sguardo al nuovo Grand Voyage in Australia, in una miriade di luoghi fantastici, per soddisfare ogni bisogno e coronare il sogno di molti viaggiatori alla ricerca di un'esperienza rilassante all'insegna della scoperta e del divertimento.

Nel nuovo catalogo è stato inserito inoltre per la prima volta il programma di Corporate Social Responsibility che comprende il progetto benefico della Compagnia per l'UNICEF e gli importanti sforzi compiuti sul tema dell'ambiente.



Un anno e mezzo, diciotto mesi di itinerari in giro per il mondo: è quello che propone il catalogo 2014-2016 MSC Crociere presentato recentemente e distribuito in 18 lingua. "Siamo l'unico operatore turistico che guarda già al 2016, consentendo alle persone di prenotare una vacanza da qui ai prossimi due anni – sottolinea Leonardo Massa – Grazie all'ampia programmazione presente nel catalogo, abbiamo creato nuove opportunità di business per gli agenti di viaggio che hanno a disposizione un prodotto molto più ricco, con un pacchetto di itinerari incredibile che copre tutte le stagioni dell'anno e tutti i luoghi del mondo".

Per valutare l'impatto e il gradimento del precedente catalogo, la Compagnia ha condotto un'analisi a livello globale e i risultati hanno mostrato che questo andava già incontro alle esigenze sia degli agenti di viaggio che dei viaggiatori oltre a essere uno strumento molto apprezzato. Tuttavia, sempre alla ricerca dell'eccellenza, MSC Crociere ha potenziato ulteriormente la propria comunicazione per raggiungere un risultato finale ancora migliore. Alcuni esempi concreti sono la suddivisione delle crociere per stagione o il fatto che ogni categoria di cabina è ora associata a una o più

Arriva in Italia e sul mercato internazionale il catalogo con oltre 1000 itinerari valido fino al 2016

Speciale
Crociere

CrocierePro.it fa volare Top Cruises

Avvio di anno positivo per Top Cruises: dopo un avvio stabile, le prenotazioni a maggio hanno registrato una crescita a ritmi definiti importanti dal cruise operator. "Dopo un incremento a doppia cifra delle prenotazioni da gennaio a marzo e dopo aver registrato un volume stabile durante il mese di aprile – commenta il direttore generale, Federico Costa – nel mese di maggio le prenotazioni Estate 2014 sono partite in aumento rispetto all'anno scorso. Non facciamo previsioni,

ma i primi risultati per la stagione estiva sono in linea con le ambiziose aspettative grazie al nostro portale b2b CrocierePro.it (www.crocierepro.it), e alla disponibilità e al pricing immediatamente in linea con le più importanti compagnie di crociere". Il primo segnale ricevuto da Top Cruises, è stato l'aumento delle vendite di quasi tutto il portfolio prodotti: "il booking online è oltre il 50%, a dimostrazione che la tecnologia affiancata alla presenza sul territorio, è un mix vincente per facilitare e supportare le agenzie di viaggi nel loro lavoro". Nell'andamento delle vendite di prodotto, si registrano conferme eccellenti e piacevoli novità. "Il ruolo da protagonista è senz'altro di Norwegian Cruise Line con partenze da Venezia e Civitavecchia, ma la sorpresa del 2014 è sicuramente Holland America nel Mediterraneo nonché tutta la programmazione su CrocierePro.it per il Mare del Nord con le primarie compagnie tra cui, oltre a Norwegian Cruise Line, anche Royal Caribbean, Celebrity Cruises, Holland America Line e Princess Cruises".



Federico Costa

Primavera di grande crescita per il cruise operator diretto da Federico Costa. Sorpresa Hollande America nel Mediterraneo



www.tirrenia.it

Noi andiamo in Sardegna

Tutti i giorni, tutto l'anno, con auto a partire da € 76,50*

Da Genova per Porto Torres, Olbia e Arbatax.
Da Civitavecchia per Olbia, Arbatax e Cagliari.
Da Napoli per Cagliari.
Da Palermo per Cagliari.

tirrenia

Compagnia Italiana di Navigazione

* Prezzo per un'auto con conducente, solo andata, tasse e oneri inclusi. La tariffa è soggetta a limitazioni e disponibilità in funzione della data e dell'orario di partenza, nonché del riempimento della nave.

Salpa il nuovo Cruise Planner

Giocare, e prenotare, in anticipo per godersi poi in pieno la vacanza. Ispirandosi a questa filosofia, Royal Caribbean International e Celebrity Cruises hanno sviluppato uno strumento innovativo che permette ai propri ospiti di pianificare in modo semplice ed intuitivo tutti gli aspetti della propria crociera molto più velocemente e facilmente rispetto al passato. Grazie all'introduzione di un Cruise Planner totalmente rinnovato e migliorato, infatti, è possibile effettuare prenotazioni ed organizzare qualsiasi attività o intrattenimento molto prima della partenza, in modo da non sprecare nemmeno un momento delle proprie vacanze. Inoltre, sono aperte anche le prenotazioni per il programma Dynamic Dining a bordo di Quantum of the Seas di Royal Caribbean International. Il nuovo Cruise Planner permette la pianificazione e la personalizzazione

ferite disponibili sull'itinerario prenotato, il Cruise Planner è la risorsa più innovativa per la programmazione delle proprie vacanze. Sia che si tratti di un crocierista abituale o di un ospite che sale a bordo per la prima volta, tutti apprezzeranno il menu facile e veloce del Cruise Planner che permette di visualizzare tutte le opzioni disponibili, di accedere a pacchetti per ristoranti e bevande con un solo click nonché di scoprire le centinaia di escursioni a terra offerte ogni giorno, i diversi porti, il tipo di attività proposte, il numero degli ospiti e molto altro ancora. Gli ospiti usano la piattaforma per esplorare ogni singola attività proposta da Royal Caribbean International e Celebrity Cruises a bordo ed a terra, con la possibilità di cambiare le prenotazioni fatte fino a quattro giorni prima della partenza. Una cronologia semplificata, un carrello acquisti con un sommario



Sviluppato da Royal Caribbean International e Celebrity Cruises, lo strumento permette agli ospiti la pianificazione e personalizzazione della propria crociera

delle proprie vacanze grazie ad un approccio rivoluzionario che elimina ipotesi e congetture con un formato moderno e a misura di utente utilizzabile da pc e tablet. Dotato di filtri e funzioni per la ricerca avanzata che rendono possibile una navigazione semplificata per cercare prodotti ed of-

suddiviso per categorie ed un calendario stampabile, codificato a colori per ciascun partecipante, permettono di mantenere traccia di tutte le attività registrate in modo che gli ospiti possano visualizzare il programma della propria crociera. "Pianificare una vacanza non dovrebbe essere un processo complicato – ha affermato Adam Goldstein, president e Coo di Royal Caribbean Cruises Ltd. – Con il nuovo Cruise Planner stiamo trasformando il modo in cui i nostri ospiti programmano la propria esperienza a bordo. Abbiamo preso spunto dalla tecnologia e dalle risorse che i nostri ospiti usano quotidianamente ed abbiamo creato uno strumento semplice ed intuitivo, trasformando così l'esperienza a bordo proprio dal momento in cui si inizia a pianificare la vacanza. Desideriamo che, una volta a bordo, i nostri ospiti non debbano più preoccuparsi di nulla, se non di godersi la propria vacanza; il Cruise Planner rende tutto questo possibile".

GREECE

ALL TIME CLASSIC

LEFKADA

WELCOME HOME

www.visitgreece.gr

GREECE

Norwegian Escape a tutta Miami

Miami

NCL posiziona il nuovo gigante dei mari in Florida per tutto l'anno e torna in Sudamerica con una unità della classe Jewel sulla Riviera Messicana

Norwegian Cruise Line ha annunciato che la nuovissima nave della compagnia nonché la più grande, la Norwegian Escape, sarà di base per tutto l'anno nel porto di Miami, la capitale mondiale delle crociere, da cui partirà un itinerario per i Caraibi orientali. Oltre alle già annunciate crociere in partenza tutto l'anno da Barcellona a bordo della Norwegian Epic, lo schieramento invernale 2015/16 della compagnia comprende anche il ritorno in Sudamerica, una nave di classe Jewel più grande impegnata nella Riviera Messicana e l'aggiunta di Port Canaveral, Florida, come base portuale stagionale. "L'arrivo a Miami della Norwegian Escape coincide con il posizionamento annuale della Norwegian Epic in Europa, una dimostrazione dell'approccio equilibrato impiegato per sviluppare il nostro dispiegamento invernale 2015/16 che ci permette di offrire ai nostri ospiti un'ampia gamma di interessanti destinazioni di alto livello – ha dichiarato Kevin Sheehan, chief executive officer di Norwegian Cruise Line – Gran parte di questo dispiegamento è stato progettato in base al feedback dei nostri clienti e partner di viaggio e siamo sicuri che saranno felici delle modifiche e dei miglioramenti che abbiamo apportato". Norwegian Escape, con dimensioni approssimative di 163.000 tonnellate di stazza lorda e capacità di ospitare 4.200 persone, si unirà alla flotta nell'ottobre del 2015. A partire dal 14 novembre 2015, la nave proporrà crociere di sette notti nei Caraibi orientali, con partenza dalla sua base portuale annuale di Miami e direzione Tor-

tola, Isole Vergini britanniche, St. Thomas, Isole Vergini americane e Nassau, Bahamas. La nave offrirà tutti i servizi della Norwegian Breakaway e della Norwegian Getaway, oltre ad una serie di nuovi spazi ed esperienze interattive che saranno svelate prossimamente. "Il Porto di Miami non vede l'ora di accogliere la Norwegian Escape nel 2015, la nave sarà un'aggiunta favolosa alla nostra flotta – ha dichiarato il direttore del Porto di Miami, Bill Johnson – Siamo felicissimi che il debutto di quest'imponente imbarcazione avvenga proprio nel Porto di Miami, la capitale mondiale delle crociere, e che sia la terza nave di Norwegian Cruise Line ad essere di base in questa città per tutto l'anno".

Per la prima volta, inoltre, Norwegian avrà una nave di classe Jewel di base a Los Angeles nella stagione invernale. La Norwegian Jewel sarà impegnata in 22 itinerari di sette notti nella Riviera Messicana dal 4 ottobre 2015 al 24 aprile 2016, con scali nei porti di Cabo San Lucas, Mazatlán e Puerto Vallarta, in Messico. Ritorno in Sudamerica per la Norwegian Sun con crociere di 14 notti tra Valparaíso (Santiago), in Cile, e Buenos Aires, in Argentina, da novembre 2015 ad aprile 2016. La nave effettuerà scali a Puerto Montt, Puerto Chacabuco e Punta Arenas in Cile, Ushuaia in Argentina, Stanley alle Isole Falkland, Puerto Madryn in Argentina e Montevideo in Uruguay. Gli ospiti a bordo della Norwegian Sun potranno anche effettuare una crociera panoramica attraverso i fiordi cileni, lo Stretto di Magellano e Capo Horn.



Emozioni per una nuotata

Rifletti sulla pochezza dell'uomo

Trova quello che cerchi

Incredible India



È nata la Valtur di Ljuljdjuraj

Alla fine il cerchio si è chiuso. Dopo 20 mesi il tour operator si riprende ufficialmente la scena del mercato con proprietà e management rinnovati e un prodotto che seguirà quelle che erano le sue linee storiche

Venti mesi, tanti ne sono passati dal tardo pomeriggio di ottobre che, mentre era in pieno svolgimento il TTG Incontri di Rimini, vedeva saltare il banco della vecchia proprietà. Poi i commissari, oggi Franjo Ljuljdjuraj. E il grande ritorno che si è celebrato a Milano a due passi dal Duomo.

Un ritorno emozionante ed emozionante, a 50 anni di età, tanti quanti sono passati dalla nascita di Valtur. Stati d'animo traditi dalla voce di Franjo, come lo chiamano tutti per evitare di pronunciare il complicato cognome. E da quella di Domenico Pellegrino che ritorna là dove aveva cominciato 25 anni fa prima di intraprendere l'avventura che lo avrebbe portato ai piani alti di MSC Crociere.

Emozionato Ljuljdjuraj ma anche determinato quando annuncia quello che in fin dei conti interessa sapere al mercato, e soprattutto a chi Valtur l'ha conosciuta attraverso la qualità del suo prodotto: "Le strutture ricettive seguiranno il mo-

dello tradizionale del brand che ho fortemente voluto conservare – spiega il Presidente di Valtur e del Gruppo Orovacanze – Ho invece applicato il nostro business model che si concentra sulla gestione delle strutture senza proprietà immobiliare, in linea con il mercato internazionale".

Esauriti però i primi tre foglietti di intervento, sui quali Franjo aveva appuntato oltre all'emozione anche parole di orgoglio e di fiducia per la sfida appena intrapresa, è toccato al suo direttore generale, Pellegrino, togliere i veli a quello che è il piano per il brand appena rilevato, da qui al 2019.

DIECI NUOVI VILLAGGI ENTRO 5 ANNI

Le nuove aperture a marchio Valtur saranno dieci tra il 2016 e il 2019 appunto, tutte su destinazioni estere e consentiranno al Gruppo Orovacanze di incrementare in maniera significativa la capacità in termini di camere, posti letto e presenze annuali. "Attualmente il Gruppo gestisce 4.000 camere, suddivise su 23 strutture per un totale di 13.000 posti letto e 1,7 milioni di presenze – sottolinea Pellegrino – Nel 2019 raggiungeremo la considerevole cifra di circa 7.000 camere per un totale di 20.000 posti letto e 2,6 milioni di presenze annuali".

Parallelamente crescerà il giro d'affari del Gruppo, che nel 2014 si stima intorno agli 86 milioni di euro, con un + 12% rispetto all'anno precedente. Nel 2019, quando le nuove strutture saranno tutte operative, si prevede che il giro d'affari raggiungerà complessivamente i 167 milioni di euro.

Il trend positivo trova conferma nei buoni risultati in termini di vendite già nella stagione invernale 2013/2014, nonché nell'andamento delle prenotazioni per la prossima stagione estiva, che fanno registrare un + 15% in linea con le attese espresse nel budget 2014 sia in termini di giro d'affari che in termini di marginalità.

ATTENZIONE ALL'INCOMING

Oggi Valtur dispone di tredici strutture ricettive, di cui nove nelle località più suggestive della costa italiana: Capo Rizzuto e Itaca Nausicaa sulla costa ionica della Calabria, Garden nella Maremma toscana, Ostuni in Puglia, Marinella, Capo Boi e Colonna Beach in Sardegna, Capo Calavà e Favignana in Sicilia e il Twiga Beach nel Parco Marino di Watamu in Kenia. Tre invece le strutture sciistiche a Sestriere, Pila e Marilleva.

La portata del patrimonio ricettivo e la sua collocazione fanno convergere il piano della nuova



proprietà verso un processo di internazionalizzazione del brand che dovrà favorire gli arrivi dall'estero, in particolare da quei mercati tradizionalmente attenti all'Italia.

ACADEMY E TESTIMONIAL D'ECCEZIONE

Fra i segni di continuità con la sua vecchia storia Valtur c'è l'Academy che servirà a formare chi, in azienda ma anche fuori, cercherà occasioni per mettersi alla prova nel mondo del lavoro. Dal cuoco all'animatore quindi, tutti avranno la possibilità per sognare di essere il bravo chef o il



Massimiliano Rosolino



Domenico Pellegrino



Franjo Ljuljdjuraj

Fiorello di domani che hanno cominciato a 'correre' sotto il sole che batteva nei villaggi turistici. Villaggi dove questa estate sarà possibile incontrare testimonial d'eccezione, come Massimiliano Rosolino che coordinerà la scelta degli istruttori di nuoto, o Carlton Meyers che dirigerà il campus di basket per ragazzi fino a 18 anni, che si terrà a Capo Rizzuto. O la bella Natalia Titova che magari proverà a tirare fuori la passione per il ballo a qualche ospite Valtur. Rosolino e la Titova, insieme a Meyers, sono anche i protagonisti degli spot in onda in questi giorni sulle reti Mediaset e poi anche su quelle Rai.

Antonio Del Piano



Protagonisti del turismo

DOMENICO PELLEGRINO

Dal timone ideale di una Compagnia di crociere di cui ha contribuito alle fortune, al timone altrettanto ideale di una delle aziende storiche del turismo italiano che Franjo Ljuljdjuraj gli ha voluto affidare. Ritratto di un manager che cita Eduardo perché ha ancora voglia di crescere

Era un pomeriggio di fine inverno, quindi nemmeno tante settimane fa, quando le agenzie specializzate del turismo rilanciavano la notizia che, secondo fonti ben informate, il direttore generale di MSC Crociere Domenico Pellegrino stava lasciando il suo incarico in seno alla Compagnia dell'armatore Gianluigi Aponte, per assumere la guida della nuova Valtur.

Se si fosse trattato di un calciatore, si sarebbe parlato di trasferimento di top player e per questo la notizia ha fatto un certo effetto, soprattutto quando il top player in questione è al centro dell'attacco della sua squadra da 20 anni. L'ufficializzazione dell'acquisto da parte di Franjo Ljuljdjuraj è giunta ad inizio maggio e da lì per Domenico Pellegrino è iniziato il nuovo percorso professionale, di cui lui stesso ci parla, con lo sguardo al futuro e senza dimenticare il passato. **Rinasce Valtur e al timone troviamo un direttore generale... che arriva dalle crociere! Come è stato l'approccio con questo nuovo mondo?** Non è proprio nuovo. La mia carriera professionale è iniziata proprio in Valtur nel 1989. La lunga esperienza nelle crociere mi ha permesso di conoscere e sviluppare una dimensione del business in cui esistono, ritengo, importanti fattori evolutivi del mondo dei villaggi turistici nei prossimi anni.

Ora dovrà riportare nei villaggi quei clienti che negli anni scorsi ha fatto in modo che si imbarcassero...

Tendiamo spesso a chiudere i nostri ospiti in recinti comportamentali, in schemi di marketing. La verità è che esistono più turismi e che le soluzioni di vacanza, se qualitative, generano circuiti virtuosi nei consumatori, quindi, nel mercato.

Lei ha fatto parte in questi anni di squadra di governo di un'azienda complessa che per que-

gli esami non finisc

sto è sempre stata molto articolata. Come sarà invece oggi la sua squadra di governo e chi ne farà parte?

Nelle dimensioni è una struttura molto più snella. È stato appena approvato un piano di sviluppo industriale che nei prossimi anni porterà una crescita media del 14% annuo, l'inserimento di 10 nuovi resorts all'estero, ed ovviamente una riorganizzazione della governance: una holding controllerà due società di turismo differenti e sinergiche, Valtur e Orovacanze, per coprire l'offerta di segmenti diversi della ricettività leisure. Sarà quindi una squadra che crescerà e si modificherà nei prossimi anni. Ad oggi ho la fortuna di avere in team un gruppo di talenti, ancor più preziosi perché innamorati del marchio e della storia di Valtur. Perciò saranno di buon diritto anche parte del futuro di Valtur.

Pellegrino manager: pregi e difetti...

Passo troppo poco tempo ad osservarmi per esser capace di descrivermi.

Da un imprenditore coraggioso e illuminato a un altro che forse è un po' più in mezzo alla gente ma che sembra fatto della stessa pasta. È corretta la lettura dei due personaggi?

Non sono capace di giudicare me stesso, figuriamoci gli altri. Per gli imprenditori, poi, più che i giudizi delle persone, parlano la storia delle loro aziende, delle donne e degli uomini che vi lavorano, della passione che sanno donare nella quotidianità professionale.

Come ha fatto Franjo a convincerla che era il tempo di scendere sulla terraferma?

Valtur... è sempre Valtur!

Era tempo di mettersi alla prova da un'altra parte?

Gli esami non finiscono mai, diceva il grandissimo Eduardo. Gli stimoli intellettuali che una nuova dimensione imprenditoriale ti impone sono certamente utili a quel processo di crescita continua di cui ogni uomo ha bisogno. Bisogna saper innovare e cambiare continuamente. È l'unico sistema che conosco per migliorarsi e per restare adeguati ad un modo circostante in continua, velocissima evoluzione.

Mai avuto ripensamenti? L'applauso, o meglio la standing ovation più calda della serata, che la platea di agenti di viaggio, e anche quella dei 'suoi' commerciali, le ha riservato all'ultima Stars of the Sea di MSC non le ha fatto



Franjo Ljuljdjuraj e Domenico Pellegrino

venire qualche dubbio?

Mi ha regalato la certezza di aver lavorato bene negli ultimi venti anni, creando una relazione professionale solida, ma anche instaurando un rapporto umano profondo con tantissime persone, sia colleghi che partners. È una traccia indelebile, ma anche una direzione di percorso da continuare.

Immagino ci sia anche una parte privata nel rapporto che non rivelerebbe mai, ma per quello che è possibile sapere, cosa le ha detto Aponte quando è andato via e cosa porta di lui con sé?

La mia storia con MSC e con il Signor Aponte non si esaurisce in un rapporto di lavoro.

La volontà è quella riprendere a scrivere la storia di Valtur dal punto in cui si è interrotta e con capitoli nuovi. Ha già fissato la data in cui potrà capire se ce l'ha fatta?

C'è un piano industriale in cui è scritto ottobre 2019. Ma è evidente che i capitoli si inizieranno a scrivere e ad essere impaginati molto prima. A dir la verità ... qualche riga si legge già ora.



di Antonio Del Piano

Da Valtur a Valtur

Domenico Pellegrino, 46 anni il prossimo settembre, casertano di origine ma salernitano di adozione, ha iniziato il suo percorso professionale venticinque anni fa, e quindi giovanissimo, proprio in Valtur, dove si è occupato di analisi di fattibilità per lo sviluppo turistico, di relazioni post-vendita e di comunicazione interna. È quindi passato in Cit - Compagnia Italiana Turismo - in qualità di consulente per il piano strategico di relazioni esterne. Negli ultimi vent'anni Pellegrino ha contribuito attivamente allo sviluppo esponenziale di MSC Crociere. Entrato a far parte della Compagnia nel 1995, ha assunto responsabilità crescenti fino all'incarico di Direttore Commerciale Italia, conferitogli nel 2000. Dal 2004 ad oggi, per dieci anni, è stato Direttore Generale di MSC Crociere.

ono mai



Avataneo: da Autotutela ad AIAV



Con lo slogan 'Da oggi si cambia, in meglio', Autotutela si trasforma e assume la denominazione di Associazione Italiana Agenti di Viaggio puntando a raggiungere nuovi obiettivi con una rappresentanza del settore sempre più allargata. L'associazione sceglie la nuova via dopo 13 anni di attività, avviati nel settembre del 2001. "Da allora si sono fatte moltissime cose e si sono combattute tante battaglie – afferma il presidente Fulvio Avataneo – con piccole soddisfa-

zioni e anche qualche grande delusione. Speravamo di fare di più, ma man mano che crescevamo noi crescevano anche i problemi, quasi si impegnassero a gareggiare con la nostra pazienza, con la nostra perseveranza. Che non è comunque mai venuta meno, come ci viene riconosciuto sempre da tutti". Avataneo spiega poi il motivo del cambiamento: "Il nome Autotutela era perfetto nel 2001 e negli anni che ci hanno visto sempre presenti sui problemi comuni ma, purtroppo, inad-

guato oggi per un'associazione che si spende ogni giorno per tutti gli agenti di viaggio, senza badare se o a chi sono legati". Quindi, senza alcun timore di apparire autoreferenziali, Autotutela oggi lascia il passo all'Associazione Italiana Agenti di Viaggio augurandole di diventare, nel tempo, la casa ideale per ogni agente che si riconosca nei suoi ideali e nelle sue azioni. Già operativo il nuovo sito, disponibile con una nuova grafica all'indirizzo www.aiaav.eu

Le nuove prospettive di ERV

Tempo di bilanci per l'headquarter di ERV International a Monaco di Baviera, che archivia il 2013 con un fatturato stabile, registrando però ottimi risultati sui principali indicatori della Compagnia. Una performance positiva, merito di una strategia che si è concentrata sull'ottimizzazione dei costi e sulla revisione del portafoglio assicurativo e che sta continuando a produrre effetti positivi anche nel primo trimestre 2014. "A livello di Gruppo – commenta il Rappresentante Generale per l'Italia, Marco Silano – da un lato abbiamo analizzato attentamente il nostro portafoglio al fine di consolidare il rapporto con gli account più profittevoli e revisionare le situazioni non soddisfacenti, dall'altro invece abbiamo fatto un'attenta selezione dei nuovi clienti, tra le aziende in grado di offrire le migliori garanzie in termini di solidità finanziaria. Questo ha portato ad un netto miglioramento di tutti gli indicatori della Compagnia: il combined ratio è sceso del 5%, i sinistri sono calati del 3% e il ROE è cresciuto del 13%". Il trend positivo coinvolge anche le filiali del Gruppo, a partire da quella italiana: "Lo sviluppo commerciale sul canale Trade e Tour Operator – aggiunge Giovanni Giussani, Responsabile Commerciale ERV Italia – insieme al consolidamento dei rapporti con gli intermediari assicurativi specializzati nel turismo, ci ha dato molte soddisfazioni nel 2013 e si sta rivelando una strategia vincente anche nei primi mesi del 2014". "ERV Italia – spiega poi Christian Perego, Head of Marketing & Communication,

Underwriting & Claims ERV Italia – è attualmente impegnata nel potenziamento dei sistemi di gestione dei flussi, per migliorare le prestazioni operative sui grandi volumi ed essere ancora più performante sul canale tour operator".

Skipass riparte ad ottobre

Si svolgerà a Modena Fiere da giovedì 30 ottobre a domenica 2 novembre la 21esima edizione di Skipass, il salone del turismo e degli sport invernali: quattro giorni di esposizione, vendita, eventi, spettacolo e animazione. L'organizzazione del salone che ogni anno registra oltre 90 mila visitatori è al lavoro per riportare all'attenzione degli appassionati della montagna bianca e dei media l'offerta turistica e le novità della stagione 2013/2014. 20 mila metri quadrati di superficie espositiva sono destinati alla promozione di stazioni invernali, hotel, resort e tour operator del segmento neve, e di aziende e brand dello sport specializzati nelle discipline invernali. Il progetto espositivo di Skipass 2014 punta di nuovo sulla sinergia di turismo e sport, un sistema che in Italia genera circa lo 0,89% del PIL nazionale: un giro d'affari di 9,4 miliardi di euro, di cui oltre 4 miliardi sono rappresentati dal fatturato dei servizi legati alla pratica sportiva (skipass, attrezzatura, noleggi, maestri di sci). L'edizione 2014 del salone, che gode del patrocinio della Federazione Italiana Sport Invernali e del Pool Sci Italia, rinnova gli appuntamenti b2b con meeting riservati agli operatori del turismo e del trade degli articoli sportivi. A Skipass saranno assegnati Snowpark e Freeski Awards, i premi

alle migliori performance della stagione invernale precedente, a cui si aggiungeranno Snowboard e Freeride Awards.

Parma Città del Gusto

Il sindaco di Parma Federico Pizzarotti e il Presidente di Explora Giuliano Noci hanno siglato un accordo volto allo sviluppo del turismo di Parma secondo una logica turistica a sistema con l'obiettivo di incrementare la competitività e l'attrattività turistica della città verdiana. L'intesa prevede l'inserimento della Città di Parma nel circuito dei Club di Prodotto denominato: "Città del Gusto" – uno strumento promo-commerciale innovativo e fortemente competitivo, volto alla selezione di operatori con caratteristiche specifiche e all'incremento della loro visibilità sul mercato. Attraverso l'adesione alle Città del Gusto, Parma avrà l'occasione di valorizzare alcuni specifici territori e la sua offerta turistica, promuovendo e dando visibilità a prodotti e specialità locali più e meno note a livello internazionale e offrendo motivazioni ed esperienze turistiche uniche, legate all'enogastronomia. "Parma è un membro ideale delle Città del Gusto per le eccellenze che ne caratterizzano il territorio a livello enogastronomico e culturale" ha spiegato Noci, sottolineando poi l'impegno di Explora nel "progettare, valorizzare e promo-commercializzare l'offerta del sistema turistico di Milano, della Lombardia e dei territori circostanti organizzando l'offerta secondo le dimensioni della motivazione e dell'esperienza turistica in occasione di Expo 2015 e oltre".

LE MIGLIORI VACANZE COMINCIANO QUI

Scegli tra più di 15 linee per
Spagna, Grecia, Marocco, Tunisia
Sardegna e Sicilia



GRIMALDI LINES

grimaldi-lines.com

SB

AUTO
O MOTO
GRATIS

SF

2 PERSONE
GRATIS
IN CABINA
QUADRUPLA



MINOAN LINES

Uvet e Confturismo lanciano un progetto digitale che permetterà alle imprese di sviluppare meglio il proprio business



Enrico Gasperini

Tripitaly 

Expo 2015 porterà con sé Tripitaly.it, il primo portale 'open' per l'incoming del turismo straniero in Italia. Il progetto è stato presentato a Roma nel corso della recente Conferenza Italiana del Turismo.

Tripitaly.it raggrupperà in un solo hub le informazioni, i servizi e le diverse offerte commerciali per fornire ai turisti, che arrivano dall'estero, un punto di riferimento unico che consenta in modo semplice e veloce di pianificare e acquistare il proprio pacchetto vacanza personalizzato e su misura. Al sito internet sarà affiancata anche un'applicazione mobile che accompagnerà i turisti stranieri durante il loro soggiorno in Italia. Il progetto è stato sviluppato dall'incubatore Digital Magics, dal Gruppo Uvet e da Confturismo e rappresenta per le imprese una nuova opportunità di sviluppare e sostenere il proprio business grazie al digitale attraverso una piattaforma tecnologica efficace ed efficiente per promuoversi, e per migliorare le relazioni con i propri clienti e

il loro grado di soddisfazione. Sugerirà al turista, giorno per giorno e tappa per tappa, le attività culturali e le attrazioni locali che meritano di essere visitate: per ogni città proporrà automaticamente altri paesi o luoghi vicini da vedere indicandone la distanza, gli itinerari e le escursioni, i migliori ristoranti, i musei da visitare, potendoli prenotare, le specialità enogastronomiche, gli eventi locali, dando la possibilità di acquistare anche biglietti aerei, dei treni o degli autobus – con servizi aggiuntivi come noleggio dell'auto con conducente o della bicicletta per i più sportivi – per fornire un'esperienza unica di vacanza.

“Il digitale non rappresenta una minaccia per il nostro comparto, bensì un'interessantissima potenziale fonte di nuovi ricavi per tutte le imprese di Confcommercio – ha sottolineato il presidente di Uvet, Luca Patanè – Il vantaggio di Tripitaly.it è proprio quello di integrare in un unico punto d'accesso tutta l'offerta turistica italiana, valorizzandola in questo modo sotto ogni aspetto. Tripitaly.it sarà totalmente operativa e funzionante in concomitanza con Expo 2015, che ritengo possa essere la migliore occasione di crescita per Confturismo e i suoi associati”.

E appunto parlando di digitale, richiamato spesso negli scenari futuri del turismo, il Fondatore e Presidente di Digital Magics, Enrico Gasperini, ha messo in evidenza quanto non si sia fatto abbastanza nel settore dell'offerta turistica italiana all'estero. “È una questione anche di competitività del nostro Paese – ha affermato – rispetto al resto d'Europa, come la Spagna o la Francia che sono molto più avanti quando si parla di internet e di commercio elettronico. La piattaforma di Tripitaly.it si svilupperà tenendo conto del progetto tecnologico denominato E015 nato per dare un forte impulso in termini di innovazione e di apertura a tutti i soggetti interessati a Expo 2015, e che rappresenta un'opportunità irripetibile per tutte le piccole e medie imprese del comparto turistico italiano”.

AdP

Con Expo 2015 debutta Tripitaly.it

Patanè lancia Italy for You



Su impulso del gruppo Uvet è stata costituita la rete di imprese Italy & You cui hanno già aderito 100 piccole realtà della filiera turistica presenti in 19 regioni italiane. Ne fanno parte aziende del comparto distributivo, dell'hotellerie, del tour operating, ma anche dell'ambito tecnologico, dei trasporti, della formazione, delle assicurazioni e della comunicazione. L'obiettivo è creare attraverso la rete associativa occasioni di visibilità e di business, specie all'estero, utilizzando azioni e strumenti ai quali ciascuna realtà da sola non riesce ad accedere.

Uvet Itn TravelCo, il Network del gruppo Uvet dedicato al turismo leisure, in questi mesi ha svolto il ruolo di aggregatore per questa rete d'impresa che resta aperta ad eventuali nuove adesioni.

“Siamo soddisfatti di questo risultato – afferma Enzo Carella, amministratore delegato di Uvet Itn Travel Co – avendo promosso dal nulla una rete d'impresa che per forza e capillarità è tra le più importanti del settore turismo nel nostro Paese. Il merito va a tutti quelli che con caparbietà, pro-

fessionalità e determinazione hanno alimentato questa nuova sfida”.

Il presidente del Gruppo, Luca Patanè, definisce l'operazione un passaggio importante nello sviluppo delle attività di rete per accrescere l'incoming turistico in Italia specie verso realtà interessanti che restano ai margini dei grandi flussi turistici. “Per la prima volta in ambito turistico – aggiunge – aziende di tutta la filiera allargata, hanno deciso di intraprendere un nuovo cammino comune all'insegna della rinnovata competitività internazionale. Il nostro gruppo sarà promotore attivo di questa iniziativa e fornirà tutto il suo bagaglio di solidità e relazioni per sviluppare nei prossimi mesi i risultati attesi”.

Le regioni rappresentate nella rete d'impresa Italy&You sono nell'ordine Lombardia (24), Liguria (14), Piemonte (11), Toscana (10), Puglia (9) Lazio (6), Campania (5), Sicilia (4), Veneto (3), Friuli Venezia Giulia (2), Sardegna (2), Emilia Romagna (2), Umbria (2), Abruzzo (1), Basilicata (1), Marche (1), Trentino (1), Molise (1), Calabria (1).



Luca Patanè

Dal gruppo Uvet anche l'idea di una rete di imprese utile alla crescita dell'incoming

Vancouver - Canada

Best Tours via all'era Testi

Il manager, dopo la recente nomina a Ceo di Best Tours Italia, imposta la sua azione concentrata sul rapporto sempre più stretto con le agenzie e sull'implementazione tecnologica



Sergio Testi

Saranno le agenzie di viaggi le stelle polari dell'azione di Sergio Testi, manager di lungo corso del comparto recentemente divenuto Ceo di Best Tours Italia. "Tra le mie priorità vi è di sicuro quella di ampliare la gamma dell'offerta, rendendola sempre più orientata al mercato grazie ai suggerimenti della distribuzione che, relazionandosi direttamente con il cliente, ci può fornire i giusti consigli per il futuro". Una consulenza, quella delle agenzie, che non si ferma soltanto al prodotto, visto che si rivela fondamentale anche sul versante dell'innovazione, da sempre al centro dell'azione di Best Tours. "Stiamo sviluppando la piattaforma tecnologica in stretta collaborazione con le agenzie di viaggi che la utilizzano; loro ci segnalano le richieste di implementazione ed i suggerimenti – spiega Testi – e noi con cadenze quindicinali o mensili rilasciamo la nuova versione della piattaforma e dei programmi che raccolgono consigli utili ad un utilizzo più continuativo da parte del trade. Il tema della tecnologia è per noi fondamentale, sia oggi che nei prossimi anni". Per quanto riguarda le abitudini della clientela in una congiuntura che vede qualche timido spiraglio di ripresa all'oriz-

zonte, anche se il last minute per ora non perde terreno, in casa Best Tours il discorso è diverso: "Una buona parte del nostro prodotto, proprio per le sue caratteristiche, viene fortunatamente ancora prenotato con un anticipo ragionevole – dice il nuovo Ceo del tour operator – ma guardando il mercato nella sua globalità non penso sarà possibile passare da una domanda incerta e principalmente concentrata nel sotto data ad un advance booking particolarmente anticipato. Penso che si dovrà ancora attendere qualche stagione per tornare ad una domanda più regolare, più distribuita nei mesi e con una buona incidenza di vendite anticipate". Guardando alla bella stagione, "sicuramente i ponti hanno aiutato la crescita della domanda nei mesi di febbraio e marzo, ma proprio per la particolare positività delle festività la domanda dell'estate avrà la sua esplosione solo in queste settimane. Tra i prodotti più richiesti per la stagione estiva emergono gli Usa, il Canada e l'Oriente in generale, ma anche le destinazioni balneari come Oceano Indiano e Caraibi stanno riscuotendo una buona domanda, in modo particolare nei mesi di altissima stagione".

Valentina Maresca

MICHELA - 34 ANNI
OPERATRICE CONTACT CENTER

**SO SEMPRE COSA
RISPONDERVI PERCHÉ
HO ASCOLTATO TUTTE
LE VOSTRE DOMANDE.**



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



1993-2013

Seguici su Facebook


GRANDI NAVI VELOCI

VIAGGIATE SERENI, AL NOSTRO CONTACT CENTER VI DIAMO OGNI ANNO 1.187.481 MINUTI DI INFORMAZIONI.

Non tutti i membri del nostro equipaggio sono a bordo con noi. Ecco perché troverete sempre qualcuno al nostro Contact Center, pronto a rispondere alle vostre domande con rapidità e cortesia. Per darvi assistenza anche prima e dopo aver viaggiato sulle nostre navi.

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

Prenotazioni on line e recensioni L'Authority vuol vederci chiaro

Indagine su clausole previste da Expedia e Booking.com e sulla veridicità delle recensioni TripAdvisor

Tanto tuonò che piovve. Alla fine di un percorso fatto di mille polemiche e altrettante segnalazioni di operatori, alberghi e ristoranti che lamentavano distorsioni del mercato, le Autorità per la Concorrenza e le Garanzie hanno deciso di mettere sotto la lente di ingrandimento le procedure adottate da alcune piattaforme di prenotazione di viaggi on-line scelte dai consumer di tutto il mondo. Così, prima Expedia e Booking.com, poi TripAdvisor sono finiti nell'occhio del ciclone.

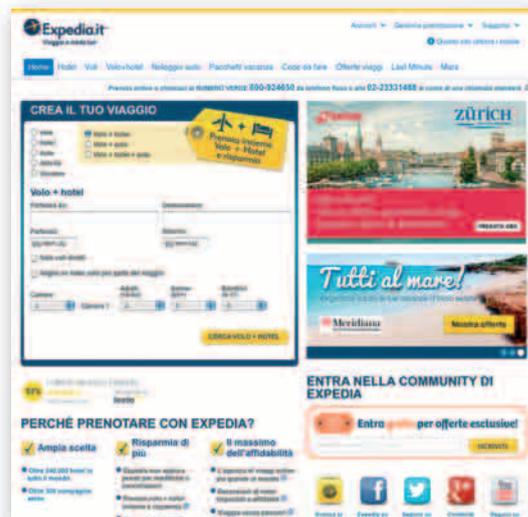
VIOLAZIONE DI NORME SULLA CONCORRENZA...

I primi ad essere presi di mira sono stati Expedia e Booking.com. I due siti, con il loro operato, violerebbero le norme sulla concorrenza. In seguito alla segnalazione da parte di Federalberghi, quindi, l'Autorità Antitrust ha proceduto ad avviare un'inchiesta. L'istruttoria, come si legge nella nota dell'Antitrust, dovrà chiudersi entro il 30 luglio del 2015. A finire nel mirino dei controllori dell'Autorità sono le clausole previste dai due siti che vincolano le strutture ricettive a non potere offrire i propri servizi a prezzi e condizioni migliori tramite agenzie di prenotazione online e, in generale, tramite qualsiasi altro canale di prenotazione. Secondo l'Antitrust perciò, l'utilizzo di queste due clausole potrebbe causare evidenti limitazioni nella concorrenza del settore e perciò svantaggi per il pubblico acquirente.

Bernabò Bocca

... E PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE

Non c'è due senza tre e così anche TripAdvisor cade nella rete dei controllori. L'Authority spiega che vuole approfondire se il portale metta in atto delle pratiche commerciali scorrette. Si vuole verificare, si scrive in una nota "se la società adotti misure idonee a prevenire e limitare il rischio di pubblicazione di false recensioni sia sotto il profilo informativo che relativamente alle procedure di registrazione". L'azione dell'Autorità nasce sulla base delle proteste di quanti sono di-



rettamente coinvolti nel processo di costruzione delle recensioni: "La decisione è stata adottata alla luce delle numerose segnalazioni pervenute da parte di consumatori, di proprietari di strutture turistiche (alberghi, ristoranti e altri luoghi di ritrovo) e dell'Associazione Unione Nazionale Consumatori". La credibilità dei giudizi è quindi all'attenzione dell'indagine, cui Federalberghi plaude con un suo intervento: "Dopo l'ufficializzazione dell'apertura da parte dell'Antitrust di una procedura proposta e sollecitata dalla Federalberghi nei confronti di Expedia e Booking.com in merito alla parity rate, la notizia di un'altra istruttoria avviata nei confronti di TripAdvisor sulle false recensioni completa un quadro da vari anni stigmatizzato dalla Federazione". "Il faro acceso sul portale più famoso a livello mondiale di commenti e recensioni ci auguriamo che porti in brevissimo tempo a svelare un'altra contraddizione dell'online che offre a soggetti 'interessati' la opportunità di condizionare le scelte di acquisto dei consumatori e le politiche di marketing delle aziende". La possibilità di pubblicare commenti in forma anonima, sostiene Federalberghi, consente ai professionisti della recensione di inquinare il mercato, procurando un danno ai consumatori che hanno diritto a ricevere informazioni veritiere ed affidabili.

SCELTE CONDIZIONATE AD ARTE

La credibilità dei giudizi è quindi all'attenzione



dell'indagine, cui Federalberghi plaude con un suo intervento: "Dopo l'ufficializzazione dell'apertura da parte dell'Antitrust di una procedura proposta e sollecitata dalla Federalberghi nei confronti di Expedia e Booking.com in merito alla parity rate – si commenta con un comunicato – la notizia di un'altra istruttoria avviata nei confronti di TripAdvisor sulle false recensioni completa un quadro da vari anni stigmatizzato dalla Federazione. Il faro acceso sul portale più famoso a livello mondiale di commenti e recensioni ci auguriamo che porti in brevissimo tempo a svelare un'altra contraddizione dell'online che offre a soggetti 'interessati' la opportunità di condizionare le scelte di acquisto dei consumatori e le politiche di marketing delle aziende". La possibilità di pubblicare commenti in forma anonima, sostiene Federalberghi, consente ai professionisti della recensione di inquinare il mercato, procurando un danno ai consumatori che hanno diritto a ricevere informazioni veritiere ed affidabili. "Chiediamo che i sistemi di recensione pubblichino unicamente commenti inviati da persone ben identificate – conclude la Federazione guidata da Bernabò Bocca – e che abbiano effettivamente usufruito del servizio su cui esprimono pubblicamente un giudizio".

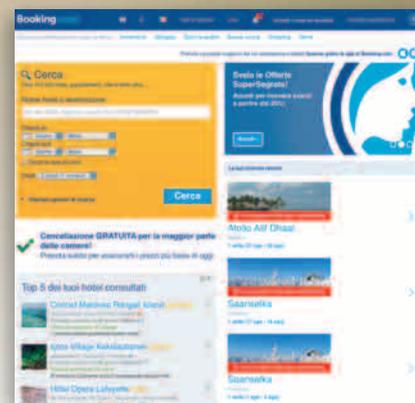


FIPE CHIEDE SOLUZIONE CONDIVISA

Con TripAdvisor in particolare se la prende anche la Fipe Confindustria da cui arriva l'auspicio che l'istruttoria aperta dall'Antitrust possa anticipare un provvedimento legislativo che faccia ordine e chiarezza sui comportamenti da assumere sulla piattaforma virtuale dove si scambiano opinioni, giudizi e commenti relativi ad attività commerciali. "Le recensioni fasulle sono frequentemente troppo numerose e inattendibili per non suscitare

perplexità e dubbi" commenta Aldo Cursano, vicepresidente vicario Fipe-Confindustria che rivela anche tentativi di trovare soluzione al problema tentando di coinvolgere la stessa TripAdvisor per cercare assieme una soluzione che ponesse il portale al riparo dall'uso scorretto e sospetto che ne viene fatto da parte di agenzie fittizie di web-reputation di cui la stessa TripAdvisor ha ammesso l'esistenza. "Purtroppo il dialogo, al di là delle buone intenzioni, non ha portato ancora risultati concreti. Non esiste un modo per verificare che la critica sia frutto di un'esperienza realmente vissuta dal cliente nel ristorante, né esiste ancora un modo per limitare il commento a pura e insindacabile opinione personale del consumatore – spiega Cursano – Troppo spesso ci troviamo di fronte a messaggi che sfociano nella diffamazione. Se consideriamo che le offese vengono lette da un numero incalcolabile di frequentatori del portale, mi pare che ci sia poco da discutere. Prova ne sia una recente sentenza della Cassazione che ha condannato per diffamazione l'autore di un commento offensivo rilasciato su un social network".

servizio di
Antonio Del Piano



TripAdvisor: "Credibili per la gente"

"TripAdvisor non rilascia commenti su indagini in corso". Il portale di recensioni risponde così alla richiesta di commentare l'indagine avviata dall'Authority per la Concorrenza a proposito delle recensioni sui servizi di hotel e ristoranti che gli utenti pubblicano sul sito e che da qualche parte e che qualcuno ritiene siano pilotate. Però, cerca di puntualizzare il suo punto di vista sul fenomeno delle frodi richiamato dalle indagini in corso e di cui si è avuta notizia stamattina: "In riferimento alle recensioni pubblicate sul sito – scrive in una nota – è importante notare, come già affermato in passato, che TripAdvisor contrasta qualunque tentativo di frode con ogni mezzo e abbiamo fiducia nei nostri sistemi e processi. Ogni singola recensione passa attraverso il nostro sistema di monitoraggio che ne mappa il come, cosa, dove e quando. Questo sistema utilizza algoritmi sofisticati per identificare gli schemi di attività, impiegando le migliori pratiche adottate in vari settori. Abbiamo poi un team di più di 200 specialisti dei contenuti che conducono investigazioni manuali su ogni singola recensione segnalata dai nostri sistemi e su ogni segnalazione ricevuta dai proprietari o dagli utenti. Adottiamo anche forti penalizzazioni per scoraggiare i frodatori e la stessa natura del nostro sito ci permette di rettificare velocemente ogni possibile inesattezza". Lotta alla frode quindi ma anche estrema fiducia nell'appoggio del mercato: "Niente è più importante per noi di essere certi che i viaggiatori possano ottenere una fotografia accurata e utile delle proprietà e destinazioni che ricercano su TripAdvisor. Sfortunatamente, tutte le più importanti compagnie di servizi devono confrontarsi con la sfida delle frodi ma, sostanzialmente, se le persone non considerassero le recensioni sul nostro sito utili e accurate, non continuerebbero a tornare".

Incoming



Napoli

Sui voli Emirates va in onda Napoli

Un video sul capoluogo campano intratterrà i passeggeri per un anno. Diego Maradona artefice del connubio fra Emirati e Vesuvio



Diego Maradona

Sulle piste dell'aeroporto di Capodichino i Boeing e gli Airbus di Emirates probabilmente non atterreranno mai, a meno che non si prolunghi a dovere la pista ma sui voli della Compagnia degli Emirati si parlerà lo stesso napoletano. Nel corso della tappa all'ombra del Vesuvio delle XCatWorld Series, il campionato mondiale off shore organizzato dagli emiri, Khalid Al Zahed, vicepresidente Wppa, l'associazione mondiale che organizza le world series, ha infatti annunciato che per tutto il prossimo anno, a bordo dei voli Emirates sarà trasmesso un video che rimanderà le immagini di Napoli e delle sue bellezze.

Un'operazione di marketing che è stata favorita da Diego Armando Maradona. Il protagonista dei sette anni d'oro del calcio a Napoli e artefice della vittoria di coppe e scudetti, è ora testimonial delle attività sportive degli Emirati ma al contempo è ritenuto un ambasciatore di prestigio per la stessa Napoli. E' stato lui a lanciare l'ideale ponte con Dubai che, anche attraverso l'operazione video, dovrebbe far aumentare sensibilmente la componente araba del turismo a Napoli, così come

già successo a Stresa lo scorso anno dopo un'analoga iniziativa.

Tant'è che, in previsione di ciò, gli organizzatori della tappa napoletana della competizione motoristica hanno già fatto sapere che stanno lavorando per riproporre l'evento anche il prossimo anno. "Napoli rappresenta per noi una tappa importantissima, una location formidabile – ha dichiarato Khalid Al Zahed nel corso della presentazione delle gare disputate nello stesso specchio di mare che ha ospitato lo scorso anno le World Series della Coppa America- e siamo convinti che grazie a Maradona si possa creare un connubio importante".

Diego, che già si è immerso nel ruolo di ambasciatore, nel video di presentazione dell'evento dice: "Venite a Napoli, la mia città. Vi piacerà". Emirates Airline, che già è attiva nello sport attraverso numerose sponsorizzazioni, e nel calcio con diversi top team, punta anche su questa iniziativa per raggiungere l'obiettivo di trasportare 70 milioni di passeggeri entro il 2020 e consolidare la leadership fra le Compagnie aeree di tutto il mondo.



Eletta miglior compagnia aerea del Nord America per 4 anni consecutivi.



La compagnia aerea canadese 4 stelle è stata nominata miglior compagnia aerea del Nord America per il quarto anno consecutivo. Siamo profondamente onorati di accettare questo riconoscimento e desideriamo ringraziare tutti coloro che hanno votato per noi. Continueremo ad impegnarci nel rendere ogni viaggio con noi una piacevole esperienza.

AIR CANADA 

A STAR ALLIANCE MEMBER 

Toscana fra vino, sposi e biciclette



La Toscana lancia tre nuovi progetti per l'incoming, legati a segmenti specifici e particolari come i matrimoni, il cicloturismo e l'enoturismo. L'iniziativa segue le recenti azioni intraprese sui mercati del BRIC per aumentare gli arrivi turistici nella Regione. "L'obiettivo è quello di intercettare flussi che, secondo le stime internazionali, riguardano complessivamente circa 57 milioni di turisti – spiega Alberto Peruzzini, dirigente del settore turismo dell'Agencia Toscana Promozione – Il mondo del turismo è in continua evoluzione e per essere sempre ai primi posti è necessario lavorare con anticipo su quei segmenti d'offerta che, in prospettiva futura, offrono il maggior ritorno sull'investimento iniziale".

Matrimoni – Secondo lo studio dei dati ICOHT 2013, ogni giorno, nel mondo si celebrano circa 115 milioni di matrimoni che generano 6 milioni di viaggi. Si tratta di un fenomeno in costante aumento e le stime più recenti parlano di un incremento del 75% dal 2007 al 2012. "Per fare un esempio concreto – sottolinea Peruzzini – basti pensare che solo negli Stati Uniti si celebrano 2 milioni di matrimoni all'anno, di cui 500mila vengono organizzati all'estero. L'Italia potrebbe intercettare almeno il 10%, con un enorme beneficio anche per tutto l'indotto". Una convinzione, quella del dirigente toscano, che parte da un presupposto: parlare di matrimoni non significa fermarsi alla luna di miele. Una delle mode più in voga negli ultimi anni è convolare a nozze all'estero e, quindi, puntare sui matrimoni significa lavorare su un segmento turistico che potenzialmente interessa dalle

strutture ricettive alle lavanderie. Di queste potenzialità Firenze ha fatto conoscenza già lo scorso anno grazie a un matrimonio indiano che ha portato in città 700 ospiti, 5 alberghi in esclusiva, 35 parrucchieri, 60 fioristi, 200 mezzoni riservati e un budget complessivo di 8 milioni di euro.

Cicloturismo – Secondo un recente studio commissionato dal Parlamento Europeo alla European Cyclists' Federation, spiega ancora l'Agencia di promozione, sarebbero 25.6 milioni i cicloturisti pernottanti nel mondo, per un valore complessivo di 54 miliardi di euro all'anno. I casi studio europei mettono in evidenza come lo sviluppo di itinerari cicloturistici possano avere interessanti ricadute sulle economie locali, in termini di creazione di imprese e posti di lavoro. "Oggi – spiega Peruzzini –, la classifica delle principali destinazioni cicloturistiche europee vede la Francia e l'Austria ai primi posti. Il nostro obiettivo è portare sul podio la Toscana, sfruttando anche la forza che la nostra regione ha nei principali paesi da cui partono i flussi cicloturistici: Germania e Regno Unito".

Enoturismo – Infine c'è l'enoturismo e qui la Toscana gioca in casa, tanto da essere un caso di studio a livello internazionale. Nonostante ciò, l'intuito dice che si può fare di più. Wine Tourism Conference stima che siano circa 20 milioni gli enoturisti di cui solo 3 arrivano in Italia. "Gli esperti di settore su questo sono categorici – spiega ancora Peruzzini –: gli arrivi in Italia rappresentano solo il 20% delle potenzialità di questo segmento d'offerta". Chiara quindi la possibilità di crescita. "I riconoscimenti ottenuti dalla Toscana negli ultimi anni ci indicano come la miglior destinazione europea per l'enoturismo e ci dicono che possiamo avere un ruolo importante per incrementare la performance nazionale. Nella nostra regione sono attive 350 aziende vinicole con offerta ricettiva, di cui 64 si posizionano nel segmento lusso e di queste 15 si situano nel segmento extralusso. Numeri che fanno della Toscana una delle principali destinazioni internazionali del turismo del vino di fascia alta". I Wine Resort toscani attirano allo stato circa 100mila turisti all'anno per un fatturato complessivo che, nel 2013, è stato 250 milioni di euro. "Un segmento che pesa per 1.2% sul movimento complessivo di turisti del vino. E' una percentuale che dobbiamo assolutamente far crescere, sfruttando a pieno le nostre potenzialità in un settore che vede in campo importanti competitor come la Rioja in Spagna, la Napa Valley in California o le regioni della Francia".

AdP

L'agenzia regionale di promozione turistica lancia tre nuovi progetti dedicati a segmenti di mercato in forte sviluppo

LA SCELTA ARRIVA ANCHE A ROMA TERMINI.

DAL 15 GIUGNO ITALO NO STOP MILANO-ROMA
COLLEGA ANCHE LA STAZIONE DI ROMA TERMINI.

SCOPRI I 4 TRENI AL GIORNO DAL 15 GIUGNO.
E DA DICEMBRE L'OFFERTA AUMENTA.



.italo

INFO E BIGLIETTI: ITALOTRENO.IT NELLA SEZIONE
AGENZIE E PRONTO ITALO BUSINESS 06.36.36



.italo
Lo amerai come se fosse tuo.



C&C Hotels

obiettivo mercato estero

Un Cilento scelto tutto l'anno. È questa l'aspirazione di Pietro Cerullo, amministratore di C&C Hotels che nel territorio guida tre strutture: l'albergo Santa Caterina, il Grand Hotel San Pietro ed il villaggio turistico Odissea. "Santa Caterina, che ha 27 camere, è stato il primo hotel di Palinuro, mentre il San Pietro è nato negli anni '80 e ne conta 50 – esordisce Cerullo – Sono aperti da aprile ad ottobre, mentre il villaggio 'Odissea' a Marina di Camerota ha una capienza di 500 persone ed è aperto da giugno a settembre in formula residence tutto incluso". Una forte stagionalità che porta Cerullo, insieme a diversi suoi colleghi, a guardare al mercato estero, molto interessante per i cosiddetti 'mesi di spalla' che aiutino a destagionalizzare i flussi. A tal fine il Cilento ha ospitato uno dei tre post tour di BMT che ha portato i buyers internazionali a visitare anche Napoli e Caserta, nonché la Penisola Sorrentina con la Costiera Amalfitana. "La BMT è da sempre una vetrina molto importante per il Mediterraneo che guarda all'estero – spiega Cerullo – Tedeschi, francesi, olandesi ed una rappresentanza dell'Est hanno visitato il nostro territorio che ha riscosso successo per quanto può offrire: dal trekking al cicloturismo, dai molteplici percorsi naturalistici offerti dalla ricchezza del paesaggio alla tradizione enogastronomica che annovera diversi siti slow food, per non parlare della storia del nostro arti-

L'obiettivo è la destagionalizzazione, ma è necessario superare il gap infrastrutturale

giano". Il problema, ancora una volta, è infrastrutturale, perché i turisti non arrivano se non vengono messi nella condizione di farlo.

"La pista dell'aeroporto di Salerno, lo scalo più vicino al Cilento, è troppo corta e non permette spazio di manovra ad un certo tipo di aerei impiegati dagli operatori che fanno turismo – denuncia Cerullo – La Regione ha manifestato interesse a risolvere il problema, ma purtroppo non si passa mai dalle parole ai fatti. Attendiamo fiduciosi consapevoli che non possiamo aspettare troppo; c'è molto lavoro da fare per riagganciare il mercato inglese, ad esempio, o attirare quello cinese. Il motivo per cui stentiamo a decollare dal punto di vista congressuale è strettamente legato al dato infrastrutturale.

Per il leisure abbiamo un mare premiato, oltre che con quattordici Bandiere Blu per le spiagge e quattro per gli approdi, con la Bandiera Verde che certifica l'idoneità dei nostri siti balneari per i bambini". Gli ingredienti per il successo, insomma, ci sono tutti, ma sembra mancare una strategia di rilancio da parte degli enti locali. Intanto ci si attiva a livello associazionistico: "Abbiamo rinnovato il protocollo con Legambiente per l'ecosostenibilità – spiega Cerullo che è anche vicepresidente di Asshotel – Le strutture certificate sono importanti, perché contribuiscono all'ottenimento di riconoscimenti".

Valentina Maresca



**PREZZO FINITO - TASSE AEREE INCLUSE
VOLO + SOGGIORNO IN RESORT / HOTEL★★★★**

quota individuale in doppia

MALTA	7 notti / 9 giorni	da € 820
SARDEGNA MEZZA PENSIONE	7 notti / 9 giorni	da € 990
BODRUM ALL INCLUSIVE	7 notti / 8 giorni	da € 990
ANTALYA ALL INCLUSIVE	7 notti / 8 giorni	da € 990
CROCIERA IN CAICCO PENSIONE COMPLETA	7 notti / 8 giorni	da € 920
MARE ANTALYA + TOUR PENSIONE COMPLETA	13 notti / 14 giorni	da € 1.140
CAICCO BODRUM + TOUR PENSIONE COMPLETA	13 notti / 14 giorni	da € 1.340
REPUBBLICA DOMINICANA ALL INCLUSIVE	7 notti / 9 giorni	da € 1.490
GIAMAICA ALL INCLUSIVE Grand Pinneapple Negril		da € 1.590
TOUR INDIA ROYAL RAJASTHAN PENS. COMPLETA guida italiana	11 notti / 12 giorni	da € 1.790
MAURITIUS ALL INCLUSIVE	tutti i giorni	da € 1.880
MALDIVE + ISTANBUL PENSIONE COMPLETA	10 notti / 12 giorni	da € 1.880
CUBA ALL INCLUSIVE	10 notti / 12 giorni	da € 1.880
ANTIGUA ALL INCLUSIVE Grand Pinneapple Antigua	7 notti / 9 giorni	da € 1.890
GUADALUPA PENSIONE COMPLETA BEVANDE AI PASTI	7 notti / 9 giorni	da € 1.990
NEW YORK + TOUR TRIANGOLO DELL'EST	4 notti New York + 4 notti tour / 10 giorni	da € 2.200
NEW YORK + REP. DOMINICANA ALL INCLUSIVE	10 notti / 12 giorni	da € 2.230
TOUR YUCATAN + MESSICO MARE ALL INCLUSIVE	10 notti / 12 giorni	da € 2.290
NEW YORK + MESSICO MARE ALL INCLUSIVE	10 notti / 12 giorni	da € 2.290
MESSICO MARE ALL INCLUSIVE	12 notti / 14 giorni dal 09/08 al 21/08/14	da € 2.290
NEW YORK + BAHAMAS ALL INCLUSIVE	9 notti / 11 giorni	da € 2.430
MINITOUR YUCATAN + MESSICO MARE ALL INCLUSIVE	10 notti / 12 giorni dal 09/08 al 21/08/14	da € 2.490
SEYCHELLES MEZZA PENSIONE Constance Ephelia	7 notti / 9 giorni	da € 2.490
NEW YORK + TOUR DELL'OVEST PLUS	10 notti / 11 giorni	da € 2.650
NEW YORK + ARUBA	9 notti / 11 giorni	da € 2.690
TOUR SUDAFRICA SPIRIT PENSIONE COMPLETA	7 notti / 10 giorni	da € 2.690
TURKS AND CAICOS ALL INCLUSIVE Beaches Turks and Caicos	7 notti / 9 giorni	da € 2.790
MINIOTUR CLASSICO + MESSICO MARE ALL INCLUSIVE	13 notti / 15 giorni	da € 2.950

Quota di iscrizione light inclusa. Assicurazione contro annullamento inclusa. NB: tutti i servizi Stati Uniti sono in solo pernottamento.

SCONTO PER COPPIA € 150 PER PRENOTAZIONI ENTRO IL 23 GIUGNO 2014

Booking Napoli 081 412020 - Roma 06 5424881 - preventivi@iviaggidellairone.com

WWW.IVIAGGIDELLAIRONE.COM

Primo bilancio positivo per HOP!

Il vettore rafforza le rotte sulla Corsica per la summer 2014

Ad un anno dall'avvio delle operazioni di volo, HOP!, la compagnia aerea del gruppo Air France, si è presentata al mercato italiano in cui ha iniziato a volare nel settembre 2013 con partenze da sei città: Milano, Roma, Bologna, Firenze, Napoli e Venezia. In vista dell'estate, inoltre, HOP! offrirà oltre 30 rotte per la destinazione Corsica e, grazie ad un



accordo di code sharing con Air Corsica, rafforzerà ulteriormente la propria offerta di voli tra l'isola e la terra ferma (via Lione) con 44 tratte.

"Da settembre 2013 a febbraio 2014 – ha sottolineato Hélène Abraham, deputy general director della compagnia francese – HOP! ha messo a disposizione dei viaggiatori più di 330 mila posti sui voli da e per l'Italia. Durante questi sei mesi di attività l'offerta iniziale dei voli dall'Italia è stata ottimizzata con una riduzione del 6%, cui ha corrisposto un calo non proporzionale del traffico (-4%) ed una crescita del load factor che ha superato il 62%. L'Italia costituisce una base importante per la nostra compagnia aerea che abbiamo deciso di presidiare con partenze da sei città.

I migliori agenti premiati da airberlin

Premiazione airberlin dei migliori agenti di viaggi del Centro – Sud Italia con i Travel Agent Awards. Dopo gli awards dedicati alle migliori agenzie del Nord Italia, conferiti da airberlin lo scorso febbraio, la compagnia aerea tedesca ha voluto premiare anche i migliori agenti di viaggi dell'Italia centro-meridionale. I Travel Agent Awards sono stati consegnati a Napoli lo scorso 3 aprile in occasione della BMT, la Borsa Mediterranea del Turismo, come testimonianza della partnership tra la compagnia aerea e le agenzie del territorio e come ringraziamento, da parte di airberlin, per l'eccellente lavoro svolto. Di seguito i vincitori degli airberlin Travel Agent Awards con l'indicazione delle relative categorie: Welcome Travel Group (NA) – 'Best TMC Southern Italy'; Viaggiare (RM) – 'Best Leisure Southern Italy'; Il Gabbiano (FI) – 'Best airberlin Spirit'; Competition (RM) – 'Best Agency School Party bookings'; MSC Crociere S.p.A – 'Best Group Bookings'. In occasione di Travelexpo, inoltre, tenutosi a Palermo tra l'11 ed il 13 aprile, sono stati assegnati due premi ulteriori, rispettivamente a Catinella Viaggi per la categoria 'Best Improved Account Southern Italy' ed a TOP VIAGGI per la categoria 'Best Group Bookings'.



Roma

Le coincidenze nell'hub di Lione, cui si arriva da tutti gli scali, consentono ai nostri clienti italiani di raggiungere in poco tempo ed in tutta facilità più di venti destinazioni in Francia e in Europa. Crediamo fermamente nel potenziale di sviluppo delle linee in partenza dall'Italia e siamo molto fiduciosi sulle performance del 2014: la previsione di traffico – ha concluso – è infatti di 282.000 passeggeri, per un cabin factor del 66% sui 426.000 posti messi a disposizione". Con una flotta di 93 aerei da 48 a 100 posti che operano 510 voli quotidiani, HOP! si rivolge sia ai viaggiatori attenti al prezzo che al segmento business travel, con una tariffazione differenziata in cinque tipologie (Basic, Basic Plus, Maxi Flex, Promo e la nuova Tariffa Famiglia) che consente di costruire il proprio viaggio su misura, scegliendo tra vari gradi di flessibilità ed una serie di servizi aggiuntivi.



La nuova **La Première** di Air France una suite in grande stile

Air France ha svelato il 7 maggio, con un evento straordinario a Shanghai, la sua nuova suite La Première. Nuova tappa del progetto denominato 'Best and Beyond', che ha come obiettivo il posizionamento del prodotto lungo raggio al più alto livello in termini di qualità. **Proprio come in un hotel di lusso**, passare la notte in una suite La Première è un'esperienza assolutamente esclusiva. In un istante la poltrona si trasforma in un vero e proprio letto, totalmente orizzontale, lungo più di due metri. I braccioli si ritraggono completamente e il letto diventa largo 77 cm. Quando il cliente è pronto per dormire, l'equipaggio prepara il letto montando un vero e proprio materasso, un grande cuscino e un piumone Sofitel My Bed® per un comfort impeccabile. La nuova cabina La Première, un vero gioiello, fa posto a quattro suite individuali a bordo dei Boeing 777-300 lungo raggio d'Air France. A bordo, ciascuna suite assicura la massima privacy e permette ai clienti di essere parzialmente o totalmente separati dagli altri in un comfort massimo. **La suite La Première sarà installata su 19 Boeing 777-300 d'Air France a partire da settembre 2014.**

Air France arreda ogni suite con tende spesse, tenute aperte da raccogli-tende di pelle. Ciascun passeggero può scegliere il livello di privacy preferito isolandosi parzialmente o totalmente e, una volta chiuse le tende, avrà la sensazione di essere a casa da solo, totalmente all'interno della sua cabina pri-

vata. **La suite si può ugualmente vivere in due, infatti di fronte alla poltrona vi è un divanetto che permette di ospitare un'altra persona per conversare o magari per cenare assieme.**

Air France sublima l'eleganza alla francese in trame, materiali e tessuti, sempre orientati a un comfort assoluto. Le pareti delle cabine 'effetto pelle' creano un'atmosfera vellutata. Il cuoio, di alta qualità, copre il poggiatesta e i braccioli. La tappezzeria della poltrona, di uno spesso e morbido tessuto tipo tweed, conferisce nuova eleganza all'ambiente. I numerosi scomparti per riporre gli effetti personali sono in pelle scamosciata trapuntata. Le impunture, i tocchi di legno e di metallo contribuiscono a rendere la suite estremamente raffinata fin nei minimi dettagli.

"Air France, France is in the air"

Per svelare la sua nuova suite La Première, ma anche il nuovo concetto di viaggio e tutte le nuove cabine recentemente presentate al pubblico, Air France ha creato tre eventi-esposizione internazionali a Shanghai, New York e Parigi, rispettivamente in maggio, giugno e settembre 2014.

Maggiori informazioni su www.airfrance.it





Con l'accordo fra GNV e Trenitalia è integrazione Freccce/Navi

La partnership prevede agevolazioni sul prezzo dei biglietti ferroviari e marittimi

Trenitalia e Grandi Navi Veloci hanno sottoscritto un accordo per un'offerta di viaggio integrata, che prevede agevolazioni sul prezzo dei biglietti ferroviari e marittimi. Per tutto il 2014, ai passeggeri titolari di un biglietto GNV sarà riconosciuta un'agevolazione



La Compagnia lancia il nuovo sito

Grandi Navi Veloci ha lanciato la nuova versione del sito www.gnv.it, completamente rinnovato, e i siti www.gnv.ma e www.gnv.tn, pensati per ottimizzare la propria presenza su internet e rispondere allo sviluppo dei mercati nazionale e internazionale. Il sito ha tenuto conto degli elementi di semplicità e fruibilità, con l'obiettivo di migliorare l'esperienza di navigazione dell'utente, garantendo un accesso rapido e veloce alle informazioni su offerte, destinazioni e servizi della Compagnia, attraverso un design pulito e un layout ordinato che sfrutta la verticalità e l'impatto fotografico, coerentemente con l'identità di marca. Il layout del sito è studiato per essere visualizzato al meglio su ogni tipo di computer, cellulare o tablet: caratteri e immagini si adattano automaticamente e vengono ottimizzati a seconda del dispositivo sul quale www.gnv.it viene consultato. Tra le novità di www.gnv.it ci sono la razionalizzazione e semplificazione del processo di prenotazione e acquisto del biglietto, e la creazione di un'area riservata agli utenti del sito, "my GNV", che ha lo scopo di aiutare il cliente ad accumulare punti per fruire di sconti e premi.

sul biglietto Frecciarossa, Frecciargento, Freccia-bianca o Intercity – con destinazione Genova, Civitavecchia, Roma, Napoli, Palermo e Termini Imerese – in 1ª classe/Livello Business e in 2ª/Livello Premium/Standard, calcolata sulla tariffa base adulti, per i biglietti acquistati tramite le Agenzie di Viaggio abilitate.

GNV, contestualmente, riconosce ai clienti che acquistano biglietti Trenitalia, la possibilità di acquistare, sempre tramite le Agenzie di Viaggio abilitate e il Contact Center GNV, biglietti marittimi con la riduzione del 10% calcolata sulla tariffa in vigore.

"L'accordo siglato con Trenitalia è per noi motivo di orgoglio, un bel traguardo che consente di offrire alla nostra clientela un percorso di viaggio completo – ha dichiarato Ariodante Valeri, Direttore Generale di Grandi Navi Veloci – In questo modo non solo permettiamo ai passeggeri di pianificare un viaggio integrato, ma garantiamo loro anche uno sconto sull'acquisto dei titoli di viaggio".

I biglietti ferroviari e marittimi possono essere acquistati e utilizzati solo congiuntamente: il rilascio del tagliando a prezzo agevolato è emesso in favore dei titolari di biglietto Trenitalia e GNV per un viaggio nella stessa giornata in treno e in traghetto (per le combinazioni con il viaggio notturno in nave, è ammesso che la data di viaggio in treno sia il giorno di arrivo della nave).

SITO WEB CHIAVI IN MANO PER AGENZIE DI VIAGGIO

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



SOFTWARE GESTIONALE PER VIAGGI DI NOZZE ONLINE

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

Per maggiori informazioni chiamaci al numero verde

Numero Verde

800 126466

oppure visita il sito

www.ndbweb.it

Hard Rock Hotel in Europa



Sulle isole Baleari brilla una nuova stella. Si tratta dell'**Hard Rock Hotel Ibiza**, il primo **Hard Rock Hotel** d'Europa di categoria 5 stelle, situato sull'isola in Playa d'en Bossa. Il nuovo hotel vuol diventare un punto di incontro per appassionati, celebrità internazionali e amanti delle nuove



tendenze. Un'esperienza sensoriale che unisce la filosofia Hard Rock alla location mediterranea più tipica e uno spazio che combina lo stile e l'energia sprigionati dal leggendario marchio, in armonia con l'ambiente isolano che caratterizza Ibiza. Dotato di 493 camere, l'hotel dispone di 235 suite e una grande offerta di servizi, come il Rock Spa®, un mo-



derno ed esclusivo centro benessere con una superficie di 1.347 m2, suddiviso tra zona interna e zona esterna, con tutti i servizi necessari per rivitalizzare il corpo e la mente. È disponibile un servizio di massaggio, offerto su un lettino composto da diffusori sonori che vibrano a ritmo di musica. Disponibili inoltre gli impianti sportivi Body Rock®, 550 m2 di sale riunioni, cimeli commemorativi appartenuti a icone della musica e il Rock Shop®, che offre in vendita gli articoli Hard Rock più emblematici.



OGNI SOGGIORNO UNA COLONNA SONORA

Seguendo la filosofia che già caratterizza i punti di ristorazione sparsi in tutto il mondo, Hard Rock Hotel arriva a Ibiza, alla conquista di chi considera il rock uno stile di vita. Un luogo dove la tecnologia all'avanguardia si combina con il comfort di un hotel cinque stelle che ha la musica come leitmotiv. Ogni angolo dell'hotel è stato progettato per vivere un soggiorno indimenticabile ricco di esperienze sensoriali, un luogo dove l'intrattenimento è esclusivo e sorprendente, dove poter creare un profilo personale dove la musica è il filo conduttore. La struttura si presenta con uno stile avant garde arredato all'ultimo grido in armonia con il noto stile Hard Rock, con numerosi riferimenti al mondo della musica. Le suite più esclusive ospitano cimeli di celebrità come David Bowie o Bob Marley, risalenti alle loro indimenticabili visite a Ibiza. Ma c'è di più. La camere dell'albergo

sono nate per offrire ispirazione. Oltre a deliziare con una vista mozzafiato sul mar Mediterraneo, la tecnologia più recente, i gadget e i servizi danno vita a **The Sound of Your Stay**, un programma esclusivo Hard Rock che permette di godere di una sequenza musicale personalizzata, di essere il DJ della propria camera o di suonare la chitarra preferita. Durante la stagione estiva, ogni venerdì diventerà il momento clou per i migliori concerti di gruppi di livello internazionale, con oltre 2.500 spettatori di ogni età. Non solo: anche la piscina e le varie zone chill-out diventeranno teatro di eventi spettacolari.

OSPITI SEMPRE IPERCONNESSI

Chi soggiognerà nel nuovo hotel potrà godere della tecnologia più moderna per essere sempre connesso ai social network e condividere ogni esperienza in tempo reale. A questo scopo, Hard Rock Hotel Ibiza, doterà i suoi ospiti di un braccialetto RFID (Radio Frequency Identification) per l'accesso alle camere, la connessione ai social network e il pagamento dei servizi alberghieri, oltre ad altri accessori esclusivi. Il braccialetto contribuisce a migliorare l'esperienza dell'ospite, che in questo modo evita di portare con sé denaro o la scheda di accesso alla camera. L'hotel disporrà di totem interattivi per la consultazione delle attività diurne e notturne programmate in tutte le aree, con una connessione in fibra ottica che raggiungerà tutte e 493 le camere e 2 Gb simmetrici disponibili per vari tipi di eventi e convegni. Gli ospiti dell'hotel avranno a disposizione gratuitamente una connessione simmetrica Wi-Fi a banda larga.

FRA GASTRONOMIA & CONGRESSI

In conformità con la sua natura di albergo e luogo di intrattenimento, Hard Rock Hotel Ibiza proporrà una vasta scelta di piatti e la sua personale e tipica haute cuisine, grazie ai suoi 4 ristoranti, due dei quali firmati **Paco Roncero – Sublimotion y Estado Puro**, chef di caratura internazionale discepolo di Ferdinando Adria, premiato con 2 stelle Michelin e 3 soli Repsol. La struttura dispone anche di un centro congressi in grado di ospitare fino a 600 persone, equipaggiato delle tecnologie più moderne e sistemi di proiezione a illuminazione regolabile all'interno di una sala polivalente di 550 m2. Il Centro offre due sale riunioni private da 40 m2 dove è possibile organizzare attività di incentive, ricevimenti o feste private.

AdP

Inaugurato nelle Baleari il primo albergo europeo della celebre catena che coniuga food & beverage con la musica

Enti del turismo

Neto alla Embratur



Vicente Neto è il nuovo Presidente di Embratur - Ufficio Brasiliano del Turismo. Nato a Bahia 48 anni fa, è laureato in Giurisprudenza e ha ottenuto un titolo post-laurea in Management. Ha iniziato la sua carriera presso l'Università Federale di Bahia nel 1985 e ha cominciato a lavorare come consulente speciale per la Presidenza dell'Ente nel 2013. In passato Neto è stato Segretario Nazionale allo Sport, all'Istruzione, al Tempo Libero e all'Integrazione Sociale per il Ministero dello Sport, dopo aver ricoperto la carica di Capo di Stato Maggiore dello stesso Ministero. Nel suo Stato, è stato segretario alla Cultura, allo Sport e al Tempo Libero presso il Comune

di Lauro de Freitas e Segretario all'Urbanistica e allo Sviluppo Economico a Sao Sebastiao do Passe. Tra il 1989 e il 2004 è stato dirigente del Sidacato CUT (Central Única dos Trabalhadores) a Bahia, Coordinatore della Formazione del Sindacato dell'Unione dei Lavoratori e dell'Istruzione Superiore di Bahia, Coordinatore Generale del Sindacato dei Dipendenti Pubblici dell'Università Federale di Bahia, e Coordinatore Generale della Federazione Nazionale dei Dipendenti delle Università Brasiliane.

**PERIODICO DI INFORMAZIONE
PER IL TURISMO**

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

Edizione e amministrazione:
Progetta Srl - Via Vannella Gaetani, 15
80121 Napoli - tel. 081 7640032

Sales & Marketing Coordinator:
Emanuela Vadacca
vadacca@ilgiornaledelturismo.com

Concessionaria di Pubblicità:
Rosati Communication S.r.l.

Via Monfalcone 41 - tel. +39 02 61800243
20092 Cinisello Balsamo (MI)

Realizzazione grafica: Simona Postelli

Stampa: Arti Grafiche Agostini - Anagni (FR)
Strada Selciatella snc, 03012

ANES

APPROVAZIONE NAZIONALE EDITORIALE
PERIODICI E PUBBLICIZZATI

SINCERT

CSST

CERTIFICAZIONE
EDITORIALE
SPECIALIZZATA E TECNICA



Member of ERV
International Federation of Audit Bureau of Circulation

Testata volontariamente sottoposta a certificazione
di tiratura e diffusione in conformità al Regolamento
CSST Certificazione Editoriale Specializzata e Tecnica
Per il periodo 01/01/2013-31/12/2013

Periodicità: mensile

Tiratura media: 9.206

Diffusione media: 9.197

Certificato CSST n. 2013-2431 del 26/02/2014

Società di Revisione: PKF Italia

Rilassarsi
fa rima con
Assicurarsi



Proponi le polizze ERV in agenzia o sul tuo sito!

Alcune delle nostre soluzioni assicurative:
Assistenza & Spese Mediche (con bagaglio opzionale), Annullamento Plus, Speciale Nozze, Tutto Compreso, Giovani & Studenti, Vacanza & Sport Neve, Stornohotel, Viaggi Business, Speciale Case Vacanza, Gruppi, Incoming & Schengen, Soggiorno Lungo.

Tu pensi al viaggio.
Noi a tutto il resto.

b2b.erv-italia.it



You travel. We care.

Ospitalità alla luce del sole

Con DayBreakHotels gli alberghi aprono alla vendita dei servizi diurni, non solo sale meeting ma anche camere, piscina, SPA

Si scrive hotel, si legge pernottamento. Ma non è più così. L'ospitalità alberghiera prova a cambiare passo grazie a DayBreakHotels.it, un nuovo portale per prenotazione di servizi diurni da fruire nelle stesse strutture che il pensiero comune pensa possano essere dedicate prevalentemente a chi dorme fuori casa.

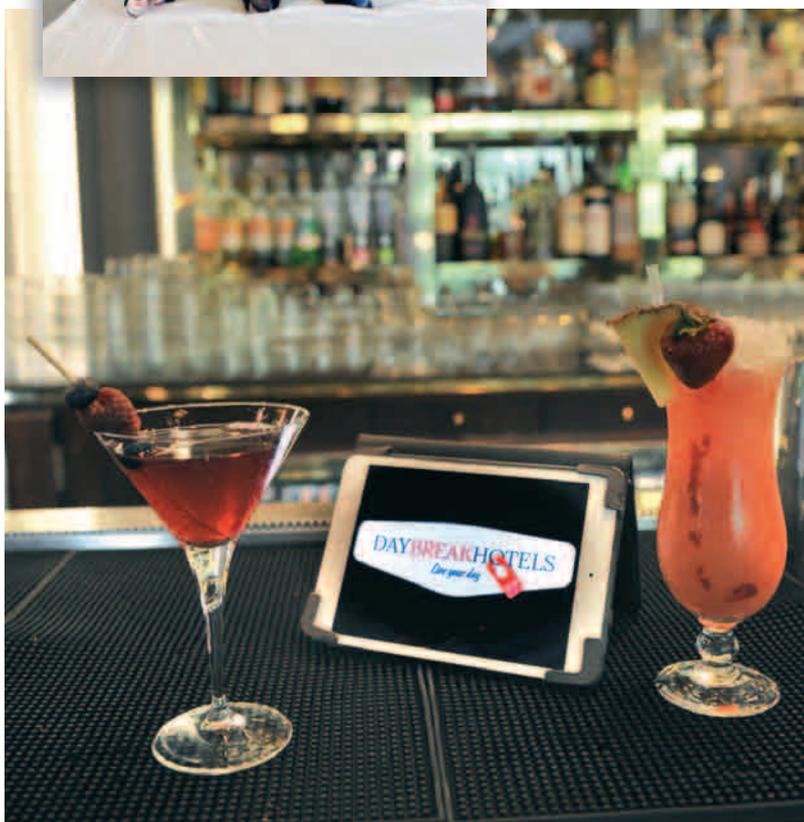
L'albergo apre le porte durante il giorno nelle principali città italiane e mette a disposizione non solo camere e suite, che possono essere prenotate per l'intera fascia oraria diurna (in genere l'orario è compreso tra le 9 e le 21), ma anche sale meeting, SPA, acquistabili sia come ingresso sia in esclusiva, piscine e ristoranti. Ideata da 4 soci guidati dall'amministratore Simon Botto, la piattaforma per prenotazioni diurne offre notevoli vantaggi sia ai clienti che agli hotel. Infatti, i clienti possono pre-

notare online le camere e gli altri servizi, filtrando la ricerca secondo criteri preferiti tra cui la vicinanza ad un indirizzo stabilito o ad un punto di interesse. Hanno, inoltre, il vantaggio di poter

prenotare le camere senza la necessità di inserire i dati di una carta di credito e la certezza di ricevere una conferma immediata via e-mail in meno di un minuto. Infine, i clienti beneficiano di tariffe scontate fino al 70% rispetto alla tariffa a notte e, grazie alla prenotazione online, semplificano al massimo la procedura di accettazione in hotel.

Gli hotel affiliati, invece, possono vendere le camere e le suite due volte durante la stessa giornata e disporre, per la prima volta, di un canale di vendita online dedicato anche a tutti gli altri servizi dell'hotel destinati al mercato dell'hotellerie diurna, che è caratterizzato da un bassissimo livello di concorrenza. Il portale www.daibreakhotels.com è quindi diretto a persone che hanno desiderio di trovare uno spazio in città per lavorare, per organizzare meeting o presentazioni, oppure per riposarsi e cercare relax prima di un appuntamento o durante uno stop-over, a turisti di giornata o a gruppi e squadre sportive in trasferta ed a coppie in cerca di un luogo speciale, magari, per festeggiare una ricorrenza particolare. Per utilizzare il servizio, dalla homepage del portale DayBreakHotels, o attraverso le app per Android ed iOS, è possibile cercare camere, suite e altri servizi per uso diurno, filtrare la ricerca secondo criteri prestabiliti – come ubicazione, tipologia e qualità – confrontare le relative offerte e prenotare. Le tariffe per le camere e suite sono molto più basse rispetto a quelle previste per la notte. Per esempio, è possibile prenotare dalle 9 alle 19 a soli 39 euro una stanza doppia di un hotel a 4 stelle nel centro di Roma oppure a 90 euro una suite con terrazzo e vasca jacuzzi di un hotel 5 stelle di Milano. Attualmente gli hotel affiliati a DayBreakHotels sono 750 e si va avanti al ritmo di circa 75 affiliazioni al mese. Inoltre sono stati formalizzati accordi con Edreams ed altri sono in via di definizione come quello con Trenitalia.

Fra gli hotel affiliati, a Milano si può scegliere tra lo Sheraton Diana Majestic, l'UNA Hotel TOCQ, il Westin Palace, l'Hilton Double Tree, l'Hotel dei Cavalieri ed il The Hub. A Roma tra il Radisson Blu Es, il Palazzo Monte Martini, il Crowne Plaza Rome – St. Peter's, il Melià Roma Aurelia Antica e il Worldhotel Ripa. A Torino si può prenotare nel lussuoso Golden Palace Hotel, mentre a Firenze si può soggiornare al Grand Hotel Minerva o all'esclusiva Villa La Vedetta. A Napoli, infine, fanno parte del circuito, fra gli altri, l'Art Resort Galleria Umberto, l'Hotel Nouveau e l'UNA Hotel Napoli.



TURKISH
AIRLINES



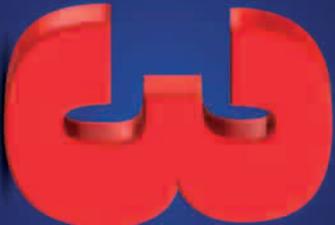
WIDEN YOUR
WORLD

DESTINATION: TOKYO
TURKISHAIRLINES.COM

A STAR ALLIANCE MEMBER 

AVES.net 3

+ veloce + potente + ricco di Applicazioni + leggero (nel prezzo) + AVES.net 3

+ Ricco		01		+ Potente	
				02	
04		+ Veloce			+ Leggero
		03			

Aves.net 3
è la nuovissima versione di Aves, frutto di 25 anni lavoro, un team di 50 esperti e soprattutto il Know How che i clienti condividono con noi.

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

Business Intelligence

Unico nel suo genere e indispensabile per avere tutte le informazioni in tempo reale e prendere decisioni strategiche e immediate.

Uno strumento di indagine approfondita subito disponibile, che permette di analizzare e confrontare i dati a fini statistici e operativi per influenzare l'andamento delle vendite.

Semplicità d'uso, flessibilità, funzioni speciali per vedere i dati sotto ogni profilo, fonderli o scomporli, entrare nei dettagli di ogni operazione, fare modifiche in tempo reale, comunicare i risultati in maniera intuitiva e personalizzabile

per info: www.datagest.it