

il Giornale del Turismo & MICE magazine

REPORTAGE

TOUR OPERATOR

MICE

TRASPORTI

Seychelles: il Giardino dell'Eden

Il ritorno di Valtur

Pietrarsa entra in CB Napoli

I privilegi del viaggio con AF e KLM

 **GNV**

*che forza
l'advance
booking*





È ESTATE QUANDO LO VUOI TU

SHARM EL SHEIKH
RIVIERA DEL MAR ROSSO



Egitto

THISISEGYPT.COM
L'INIZIO DI TUTTE LE STORIE.
ANCHE LA TUA.



Seychelles

Sommario

Editoriale

- 5** Si legge spesso che il mercato torna a ruggire!
Ma perché? Angioletto de Negri

In copertina

- 6** Estate GNV: che forza l'advance booking! Antonio Del Piano

Reportage

- 12** Seychelles, il giardino dell'Eden

Tour operator

- 16** Valtur si rinnova nella tradizione Valentina Maresca

- 17** Itinerari inediti con Oceania Cruises Laura Colognesi

- 20** Costa Crociere: cresce l'impegno
per la soddisfazione degli ospiti

- 22** Iran e Asia Centrale con Parextour

MICE

- 24** Il Museo Ferroviario di Pietrarsa
entra in Convention Bureau Napoli

News

- 25** Le novità più interessanti dal mondo del turismo

Hotel

- 26** Garibaldi Hotels si riprende il Sud Valentina Maresca

Trasporti

- 28** I privilegi del viaggio con Air France e KLM

- 29** KLM annuncia i nuovi voli diretti per San José

- 29** KLM attiva un nuovo collegamento diretto con Mumbai

- 30** Turkish Airlines parla toscano

- 32** Air Transat festeggia i primi 30 anni
sulle ali del Canada Valentina Maresca

- 33** Ryanair invita gli europei a viaggiare

Servizi

- 34** Amadeus da fornitore a partner IT Valentina Maresca

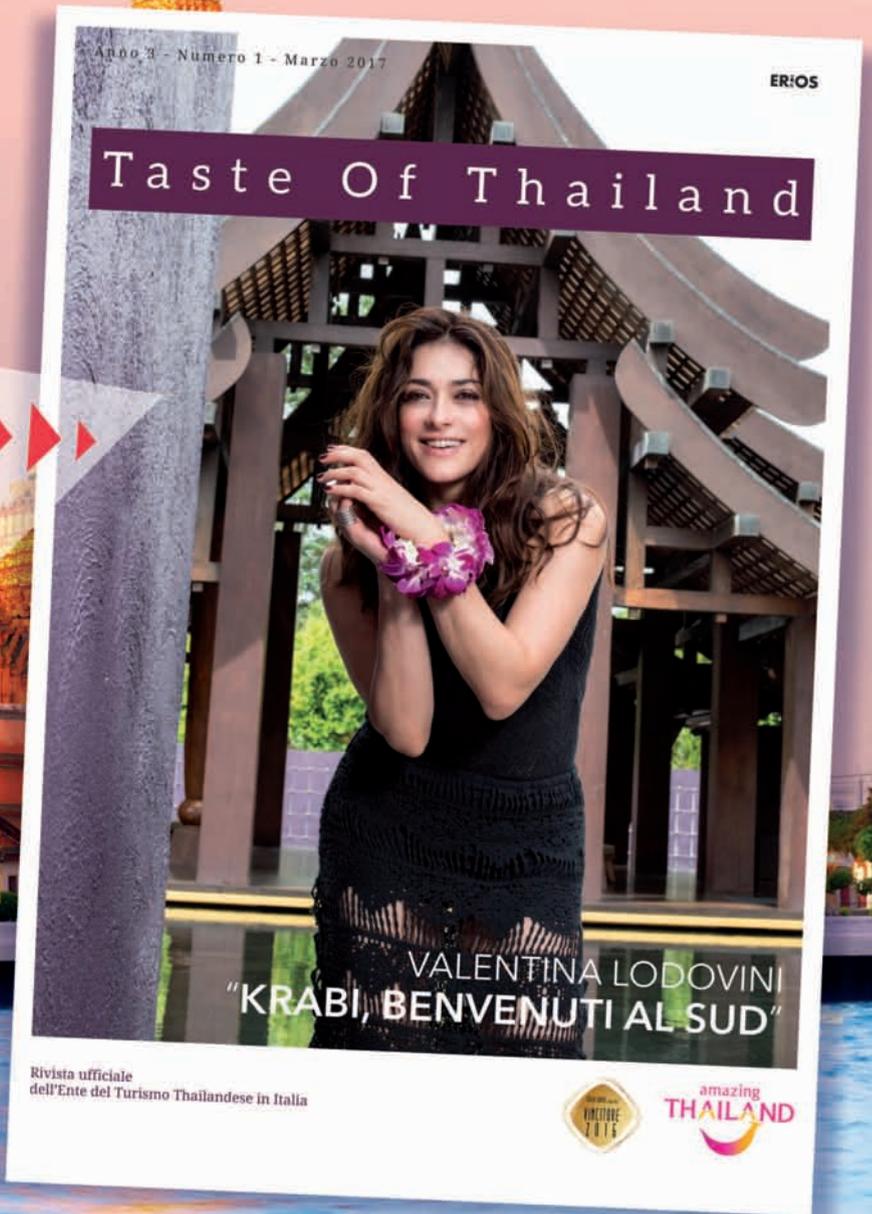
Taste Of Thailand



RIVISTA UFFICIALE
DELL'ENTE DEL TURISMO
THAILENDESE IN ITALIA

VIENI A RITIRARE
LA TUA COPIA GRATUITA
PRESSO L'ENTE PER IL
TURISMO THAILENDESE

IN VIA BARBERINI 68 ROMA



ENTRA NEL CUORE DELLA THAILANDIA

www.turismothailandese.it

segui su





Si legge spesso che il mercato torna a ruggire! Ma perché?

Io non gioisco se il mercato imprenditoriale ruggisce perchè in cerca di soluzioni. Leggendo i motivi (Blue Panorama nel mirino di Monarch, il silenzio di Flippetti, Giovanni Tamburi nel capitale Alpitour, etc...), capisco solo che il mercato torna a ruggire per i vari tentativi di eventuali colpi di scena a salvaguardia dei bilanci e penso che si tratti soltanto in segno di una certa sofferenza di alcuni big, tra Compagnie aeree e Tour Operator e non perché le cose vanno proprio bene come si vuol far stupidamente credere.

Amici, secondo il mio modesto parere, si ruggisce per malcontento, per la sopravvivenza, quando il leone non cattura l'ambita preda. Quando il leone è arrabbiato, i ruggiti si continuano a sentire da ogni parte e continuamente: cambi di proprietà, immissioni di nuovi capitali, ingresso di fondi di investimento, tentativi di accorpamento, fusioni, aumenti di capitali, acquisti di marchi decotti e chi più ne ha più ne metta.

Noi mortali tour operatori 'little little', miagoliamo pure qualche volta ma soffriamo meno perché continuiamo a lavorare e non perdiamo di vista come restare a galla ed affrontare per bene il vero mercato che sembra gradire meno i fornitori 'big big' sempre più anonimi, e più quelli 'little little'.

I 'little little'... quelli del contatto umano, del preventivo personalizzato, quelli che conoscono al Booking sia Pasquale che Maria e Gennaro, che pur elaborando i preventivi con tanto di piattaforma all'avanguardia, conoscono a menadito la destinazione, le strutture, le criticità del proprio prodotto e tanto altro... Sì, con piattaforme proprio all'avanguardia in quanto i 'little little' non impegnati in altre faccende di alta finanza, hanno continuato a dedicare il proprio tempo allo sviluppo della propria attività per affrontare il vero mercato.

Quel mercato rimasto oggi, quello più sano e formato da più o meno ottomila Agenzie... quelle che non si vogliono sentire un numero, un aggregato, una delle tante ma una vera cliente da coccolare, ringraziare e farsi conoscere anche dalla proprietà... magari in una fiera, in ricordo di quando i 'big big' non ruggivano come oggi ma menavano zampate di forza, mostrando i muscoli con entusiasmo, passione e credo.

Ma un'associazione 'T.O UNDER 40' o giù di lì, parlo di milioni, proprio no?

Penso che ne salirebbero tanti a bordo.

Scrivetemi! (denegri@progetta.org)

Buona lettura.

Angioletto de Negri

Estate GNV: che forz



La possibilità di bloccare il prezzo in prevendita ad ottobre fa volare i numeri. Confermate le linee, raddoppio su Termini Imerese. L'importanza delle adv che eleggono Miglior Compagnia di Traghetto

Ormai le chiamano Autostrade del Mare e su queste vie d'acqua si snoda una buona fetta del movimento di chi viaggia fra una sponda e l'altra dell'Italia ma anche verso la Spagna e il nord Africa. È un settore vivo, molto dinamico, non solo dal punto di vista operativo. Basta leggere quanto interesse c'è intorno alle fortune delle compagnie di navigazione impegnate su questo mercato. Un dinamismo che in questi anni ha scatenato una forte competizione sul mercato dove i players si sfidano per catturare l'interesse dell'utenza. L'offerta italiana ruota

soprattutto attorno a compagnie che hanno fatto la storia della marineria del nostro Paese e fra queste, GNV Grandi Navi Veloci è uno dei 'big players'.

Le navi della Compagnia genovese solcano i nostri mari da oltre 20 anni, con una crescente specializzazione nei collegamenti point to point verso destinazioni a più forti flussi di traffico passeggeri, con una forte vocazione al movimento turistico. Basti pensare ai numerosi collegamenti che GNV opera ogni anno dai suoi home port di Genova e Palermo, da e per Sicilia e Sardegna e verso l'estero.

a l'advance booking!

LE LINEE 2017

Nei porti italiani le insegne GNV sui traghetti sono un elemento ormai familiare e sempre più diffuso. In Sicilia, i traghetti genovesi collegano ogni giorno Palermo con Genova e Napoli, oltre a operare le linee Civitavecchia-Palermo, rilanciata nel 2015 con servizi mirati e rinnovati, e la linea Civitavecchia-Termini Imerese inaugurata nel 2011 e raddoppiata a marzo 2017. Torna anche quest'anno la promozione sulla linea Genova-Palermo, che riconosce la gratuità, tasse escluse, ai bambini sotto i 12 anni, esclusi i periodi di alta stagione. Al via l'atteso appuntamento con la Sardegna, con la nave ammiraglia Rhapsody sul collegamento Genova-Porto Torres attivo tutta l'estate fino a metà settembre 2017, e dove è attesa una crescita sensibile di passeggeri. Cresce l'attenzione nel porto spagnolo di Barcellona, meta turistica e commerciale di GNV dal 1998, che l'8 giugno 2017 inaugura la nuova linea Barcellona-Nador. Due le direttrici verso il Nord Africa: da una parte le linee da Italia, Francia e Spagna verso il Marocco, con i collegamenti da Genova, Barcellona e Sète per Tangeri e le partenze per Nador da Sète fin dal 2012 e da Barcellona a partire da quest'anno, e dall'altra le linee per la Tunisia, con i collegamenti da e per Genova, Civitavecchia e Palermo verso Tunisi. In Adriatico la Compagnia consolida la leadership nel segmento famiglie e viaggi con auto al seguito, e continua a investire nel collegamento verso Albania, con la linea Bari-Durazzo. Per i collegamenti da e verso il Marocco, la Compagnia effettua partenze da Genova per Tangeri, con scalo nel porto spagnolo di Barcellona – meta turistica e commerciale di GNV dal 1998 – e i collegamenti diretti verso Tangeri e Nador dal porto francese di Sète, inaugurati a Maggio 2012, a cui si aggiungerà, a partire da giugno 2017 la linea Barcellona-Nador. Per la Tunisia, ribadite la linea bisettimanale Genova-Tunisi, e le partenze settimanali dai porti di Civitavecchia e Palermo per Tunisi.

ESTATE DA GRANDI NUMERI PER GRANDI NAVI

La stagione 2017 è partita bene. Le prenotazioni a fine aprile viaggiavano già con il 20% di incremento, merito del gran numero di promozioni che la Compagnia ha messo in campo fin dall'apertura delle prenotazioni. "Siamo stati molto competitivi, l'advance booking è andato bene fin da ottobre – spiega Giulio Libutti, responsabile Vendite Passeggeri – Abbiamo messo in campo una competitività molto forte, offrendo anche servizi particolari come lo sbarco prioritario e last check out. Uno dei motivi di successo è stata la possibilità di acquistare il passaggio in nave in prevendita nell'autunno scorso versando il 25% del costo per bloccare il prezzo per pagare poi la differenza ad un

mese dalla partenza". La domanda è stata ed è come sempre molto sostenuta: "L'attenzione è concentrata sempre sull'estate e ancor più sul Mediterraneo. Sulla Sicilia abbiamo registrato punte di crescita che ci hanno lasciati sorpresi piacevolmente". Protagonisti delle vendite come sempre sono stati gli agenti di viaggio cui la Compagnia dedica attenzione attraverso una serie di iniziative tese a riconoscere l'impegno. Le stesse agenzie hanno ricambiato, tanto che anche quest'anno GNV è stata eletta miglior compagnia di navigazione nel settore dei traghetti nel corso degli Italia Travel Awards. "La nostra presenza sulla distribuzione è molto forte – sottolinea Libutti – è il nostro core business. Il 75% delle vendite sono effettuate in agenzia di viaggi e noi continuiamo ad investire su di loro garantendo presenza diretta sul territorio diretta o in collaborazione con forza vendite SNAV o ora anche attraverso Trust Force a cui abbiamo deciso di affidare un numero di agenzie di viaggi con produzione minore". GNV sostiene la distribuzione anche attraverso una forte comunicazione con newsletter mensili poi con un'attività di formazione diretta sui nuovi sistemi messi a disposizione della forza vendite. Uno dei più recenti è il Web booking b2b cui si accede via internet con gli stessi codici del sistema di prenotazione diretta.



Giulio Libutti

Raddoppio per Termini Imerese

Dallo scorso marzo, GNV ha raddoppiato le partenze sulla linea Civitavecchia -Termini Imerese. Dalle due partenze settimanali il mercoledì e il venerdì operate nel 2011, ora la linea è programmata con 12 partenze settimanali garantendo una copertura ancora più capillare a vantaggio di passeggeri e trasportatori. Il legame storico tra la Sicilia e GNV si traduce così in un'offerta più ampia dei collegamenti con il porto di Civitavecchia che la Compagnia, da sempre attenta alle richieste dei propri clienti, si è impegnata a sviluppare per rispondere alle nuove esigenze dei clienti merci della Sicilia, e offrire un servizio ancora più completo ai clienti del Centro Italia che negli anni hanno premiato, e continuano a premiare, GNV con un totale apprezzamento del servizio. Il raddoppio dei collegamenti consentirà di agevolare tutti coloro che hanno la necessità di un porto a servizio della Sicilia Orientale: Termini Imerese, infatti, si trova in prossimità dell'imbocco della via più veloce che porta a Catania, la strada E932, e sulla via che collega Palermo a Messina, la E90.

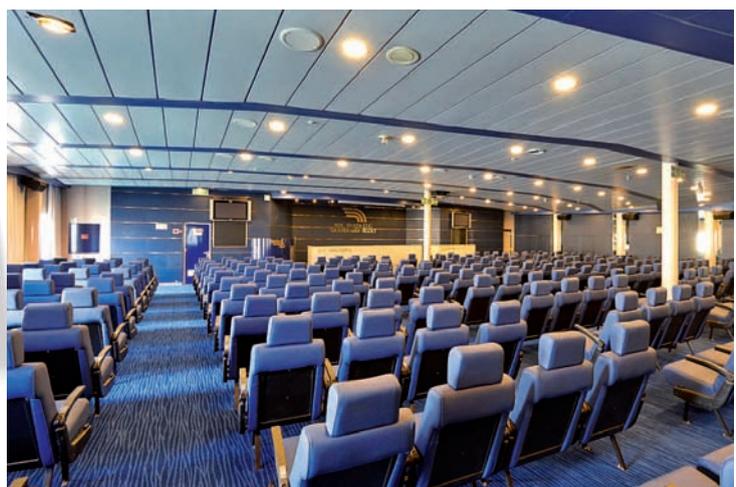
Paese che vai, prom

Dalla Sardegna alla Sicilia, dalla Francia al Nord Africa, si naviga in un mare di offerte

Viaggiare per mare sta diventando un'ottima soluzione di viaggio, che consente di evitare problemi di traffico e lunghi percorsi in auto, magari notturni, e permette di non avere vincoli sulle dimensioni e il peso dei propri bagagli: ecco perchè la Compagnia dal 2016 ha lanciato una serie di spot per il web i cui protagonisti sono proprio le valigie. I video sono visibili sul Canale Yoube della Compagnia: lo spot 2016, irriverente e ironico, che elogia le grandi valigie denunciandone la discriminazione attuata dalle compagnie aeree, è stato premiato agli NC Awards, il festival giunto all'undicesima edizione, in cui ogni anno sono importanti aziende del panorama italiano a premiare la comunicazione olistica.

Accordo con la Regione Sicilia

GNV ha firmato un accordo di comarketing con l'Assessorato del Turismo, dello Sport e dello Spettacolo della Regione Sicilia, per collaborare fattivamente alla promozione del territorio attraverso i reciproci canali, mettendo a disposizione le proprie navi per il materiale promozionale della Regione. "La Sicilia è una meta turistica con un'offerta a 360 gradi, 12 mesi all'anno, e una delle destinazioni più belle del nostro Paese in termini di ricchezza culturale, storica, enogastronomica e naturalistica – sottolinea Anthony Barbagallo, Assessore regionale del turismo, dello sport e dello spettacolo della Regione Sicilia – è importante creare sinergie e coinvolgere chi investe nel territorio per dare il massimo risalto alla nostra Regione: l'obiettivo di questo accordo è quello di promuovere la Sicilia come destinazione turistica anche attraverso i canali di uno dei principali vettori della Regione". Grazie all'accordo finalizzato, senza nessun onere per le due parti, GNV si vuole porre come vettore principale per il trasporto dei passeggeri da e per la Sicilia e condivide con la Regione l'obiettivo di contribuire ad aumentare sempre di più la visibilità della destinazione Sicilia, sia in Italia che all'Estero, attraverso una serie di attività congiunte e agendo in maniera attiva e sinergica. GNV collega quotidianamente Palermo e Termini Imerese dai porti di Genova, Civitavecchia e Napoli, grazie anche al recente raddoppio del collegamento Civitavecchia-Termini Imerese, presentato lo scorso 21 marzo.



opzione che trovi...



SARDEGNA

A partire dal 12 maggio è possibile prenotare il proprio viaggio in Sardegna sulla linea Genova-Porto Torres con uno speciale sconto del 50% sul biglietto del ritorno, con partenze dal 28 maggio al 30 giugno Genova e rientro entro 7 giorni da Porto Torres.

Esempio prezzo: Genova-Porto Torres a partire da 265 € per un viaggio di sola andata per 2 adulti + 2 bambini in cabina con auto, tasse incluse.

MAROCCO E TUNISIA

La promozione prevede per ogni viaggio acquistato uno sconto di 80 € per i nuclei famigliari composti da 5 persone con auto al seguito e di 130 € per i nuclei famigliari da 6 persone con auto al seguito, per prenotazioni dal 15 maggio al 15 giugno 2017 e viaggi dal 1° giugno fino al 30 settembre 2017; in caso di acquisto contestuale di andata e ritorno, con

Capitan Benatia pensa al Marocco

Un campione d'Italia per raccontare il mondo GNV.

TBWA\Italia ha infatti lanciato una campagna di comunicazione internazionale dedicata ai viaggiatori diretti in Marocco con le navi della Compagnia genovese attraverso uno spot che racconta di Medhi Benatia, capitano della nazionale marocchina e giocatore della Juventus, che si prepara negli spogliatoi, ma la divisa che indossa non è la solita divisa da gioco. I pensieri del giocatore danno voce ai sentimenti di tutti i cittadini marocchini residenti all'estero, che mantengono un profondo legame con la loro terra e che portano le proprie radici nel cuore, perché ovunque ci porti la vita, non ci si dimentica mai da dove si viene. Il claim 'Parola di Capitano' unisce due elementi dello spot: da una parte Benatia, giocatore di valore internazionale e personaggio serio, affidabile e positivo, e dall'altra la professionalità di GNV, da sempre impegnata nell'offrire tratte e servizi mirati a chi si muove tra le due sponde del Mediterraneo. La campagna di TBWA\ è pianificata su tv, stampa, affissione e BTL in Italia, Francia, Spagna e Marocco. In Marocco GNV effettua partenze da Genova per Tangeri, con scalo nel porto spagnolo di Barcellona e i collegamenti diretti verso Tangeri e Nador dal porto francese di Sète, inaugurati a Maggio 2012, a cui si aggiungerà, a partire da giugno 2017 la linea Barcellona-Nador. La Compagnia impiega 4 navi su 5 linee da e per Italia, Francia e Spagna, al fine di garantire alla propria clientela una copertura completa di orari e destinazioni, rispondendo alle esigenze dei passeggeri con un'offerta di servizi mirata per il target di riferimento.



Anche nel 2017 le valigie sono protagoniste della campagna GNV: il fil rouge del video, infatti, è la paura di perdere il proprio bagaglio durante un volo e di non ritrovarlo all'arrivo; nasce così uno spot ironico in cui una giovane donna al ritiro bagagli di un aeroporto si lascia lentamente sopraffare dal panico e immagina una serie di scenari da film che vedono la sua valigia scomparsa, rapita da un gangster o addirittura dagli alieni. Viaggiare senza stress, raggiungere un'isola o con l'auto al seguito, portare in vacanza tutte le valigie che si desiderano? Viaggiate in traghetti! E su questo claim GNV ha lanciato un nutrito programma di promozioni su tutte le rotte operate dalla Compagnia.



rientro entro il 30 settembre, lo sconto verrà applicato su entrambe le tratte. Sul Marocco inoltre, è attiva la promozione che riconosce lo sconto del 20% sul biglietto del ritorno, nel caso di acquisto di un biglietto andata e ritorno da e per Tangeri o Nador, senza vincoli circa il porto di partenza e quello del ritorno, ovvero da e per i porti di Genova, Barcellona e Sète. Per il Marocco la Compagnia effettua le linee Genova-Tangeri, Barcellona-Tangeri, Sete-Tangeri, Sete-Nador e Barcellona-Nador. Per la Tunisia la Compagnia effettua le linee da Genova, Civitavecchia e Palermo per Tunisi. Tutte le promo sono acquistabile presso le Agenzie di Viaggio, il sito www.gnv.it e il Contact Center GNV al numero 010 2094591 o via mail booking@gnv.it

A GNV l'Italia Travel Awards

Anche quest'anno GNV ha ricevuto il premio quale 'Miglior Compagnia di Traghetti' nel corso della cerimonia degli Italia Travel Awards 2017, premio nato per celebrare l'impegno e la competenza nel settore turistico italiano, svoltasi presso L'acquario Romano, nel cuore della Capitale, alla presenza di oltre 360 ospiti rappresentanti dell'intero comparto turistico. Protagonisti dell'edizione 2017 sono stati gli oltre 15mila fra agenti di viaggio e viaggiatori che tra ottobre 2016 e aprile 2017 hanno votato 15 categorie di settori di viaggio, per un totale di 36 premi consegnati ai migliori professionisti dell'industria turistica italiana. GNV è stata votata 'Miglior Compagnia di Traghetti' dagli Agenti di Viaggio: la Compagnia infatti mette sempre di più al centro del proprio business il cliente e le sue esigenze, proponendo servizi di bordo accoglienti e mirati alle necessità di tutte le tipologie di passeggero, dalle famiglie a chi viaggia con il proprio amico a quattro zampe, dagli appassionati di 4x4 ai motociclisti, o a chi si sposta per lavoro.

Adv: premio Più bravi, Più buoni

La Compagnia ha presentato l'innovativo programma 'Più bravi, Più buoni', un concorso InstaWin dedicato alle Agenzie di Viaggio, attivo a partire da lunedì 15 maggio. Il Programma è aperto a tutte le Agenzie di viaggio: il concorso è rivolto agli operatori delle Agenzie di Viaggio e ai banconisti operanti sul territorio Italiano e si prefigge lo scopo di incentivare la conoscenza dei prodotti e dei servizi di GNV da parte della rete composta dalle agenzie e dai banconisti, rafforzando così ulteriormente la relazione con il trade e l'attività di vendita dei servizi. Registrandosi e accedendo al sito dedicato www.piubravipiuboni.gnv.it, le Agenzie di Viaggio potranno partecipare e rispondere a quiz inerenti al mondo GNV, dalle caratteristiche dei servizi alle destinazioni e le linee operate e molto altro ancora. Ogni mese infatti le Agenzie di Viaggio che risponderanno più velocemente e più correttamente potranno vincere buoni Amazon fino al valore di 300 euro e prendere parte a iniziative speciali premiate con buoni dal valore di 1.000 euro, oltre a poter partecipare per vincere il maxipremio finale di 5.000 euro in buoni Amazon.

ALTRE PROMO

Tutte le promozioni sono acquistabili anche con l'opzione Prevendita, che consente ai propri clienti di opzionare il biglietto versando il 20% del totale, tasse incluse, e concludere la procedura d'acquisto 30 giorni prima del viaggio, saldando il restante 80% dell'importo tramite Agenzia di Viaggio o Contact Center di GNV.

Inoltre sulle linee Genova-Palermo e Genova-Porto Torres è possibile acquistare i servizi Late Check Out e Sbarco Prioritario, che consentono a tutti i passeggeri di stare comodamente in cabina fino a 15 minuti prima dell'arrivo con l'opzione Late Check Out, o essere i primi a sbarcare con il proprio veicolo grazie al servizio Sbarco Prioritario, permettendo ai clienti GNV di iniziare la vacanza già a bordo, e godersi fino all'ultimo il confort del viaggio insieme alla propria famiglia o agli amici, per raggiungere la propria destinazione in totale relax e comodità.

servizio a cura di Antonio Del Piano





 **GNV**

NAVIGHIAMO
PER DARVI
NUOVE MERAVIGLIE.

DA OGGI, LA NAVE RHAPSODY È PRONTA
A TRASPORTARVI SULLA TRATTA
GENOVA-PORTO TORRES.

NAVIGHIAMO PER CIASCUNO DI VOI.

Traghetti per Sicilia, Sardegna, Spagna, Marocco, Tunisia, Albania e Malta.

INFO E PRENOTAZIONI: WWW.GNV.IT - 0102094591 - AGENZIE VIAGGI

Seychelles, il già

L'arcipelago nell'Oceano Indiano è la meta da sogno di tanti viaggiatori: una destinazione che vive tutto l'anno e che offre spiagge, relax e natura fra tradizioni locali e l'eredità coloniale Inglese e Francese

Ci sono alcuni posti nel mondo che hanno il pregio di essere richiamati subito alla mente quando il desiderio porta il pensiero ad immaginare di viaggiare verso il paradiso e davanti agli occhi scorrono, come in un film, tanti fotogrammi che rimandano immagini di spiagge incontaminate, mare cristallino, di natura lussureggiante, relax e divertimento.

Il mito vuole che si tratti di isole, spesso lontane, piccoli avamposti negli Oceani che sono stati preservati nel tempo. Le isole Seychelles sono fra questi paradisi e rappresentano una delle destinazioni preferite dai viaggiatori. A chi non è capitato di sognare un soggiorno in questa parte dell'Oceano Indiano, per una vacanza o anche per il viaggio di nozze... È per questo che sono fra le destinazioni più presenti nei cataloghi dei migliori tour operator di tutto il mondo.

UN LUOGO DOVE LE PREOCCUPAZIONI SVANISCONO

Pensare alle isole Seychelles evoca sensazioni di pace, serenità e libertà in un contesto naturale di rara bellezza. Le tecniche di meditazione ci invitano a chiudere gli occhi, ad immaginare un mitico luogo dove lo spirito stanco trova ristoro e le preoccupazioni svaniscono. Un luogo dove vi sia lo spazio per respirare l'aria più pura ed ampie distese dove passeggiare su sabbie senza traccia, soffici come borotalco, sabbie di spiagge che tolgono il respiro. Un luogo dove i sensi possono godere dell'infinito piacere di fresche esperienze. Alla creazione le Seychelles sono state dotate di tutto questo e ancora di più. Sullo sfondo della bellezza di queste isole uniche nel loro genere c'è un luogo dove il desiderio senza tempo dell'uomo per l'armonia si trasforma ininterrottamente in realtà.

rdino dell'Eden



Anse Royale

NEL GIARDINO DELL'EDEN

Le Seychelles sono un arcipelago formato da 115 isole, granitiche e coralline, che offrono un caleidoscopio di esperienze al viaggiatore che cerca la diversità. Sono situate nelle azzurre e calde acque dell'Oceano Indiano e si trovano fuori dalla cintura ciclonica, in una zona priva di malattie infettive. 41 di queste isole rappresentano le isole granitiche oceaniche più vecchie al mondo mentre le altre 74 isole sono atolli corallini, sparsi come gemme nelle scintillanti acque dell'Oceano Indiano occidentale. Formatesi 150 milioni di anni fa, quando il Gondwana iniziò a separarsi, le Seychelles sono rimaste in uno splendido isolamento tra India, Africa e Madagascar. Fino ad oggi questo arcipelago è rimasto un santuario per forme di vita esotica e foreste primordiali così spettacolari da essere un tempo considerate il sito originale del Giardino dell'Eden. Situate a metà strada fra Oriente e Occidente, le Seychelles sono facilmente raggiungibili da ogni angolo del mondo. La vibrante e tranquilla società multiet-



La Digue

nica di queste isole conta circa 90.000 abitanti che parlano inglese, francese e creolo; la religione predominante è quella cattolica e il tasso di criminalità è basso. Le Seychelles vantano un ecosistema incontaminato con una flora e una fauna uniche al mondo e quasi il 50% del territorio è riserva naturale.

Le Seychelles sono conosciute per le sue splendide spiagge, tra le più belle al mondo, e per le eccellenti opportunità di praticare immersioni, vela, pesca, golf e vacanze itineranti o di farsi coccolare nelle numerose SPA.



SPIAGGE E MARE PER TUTTO L'ANNO

Il clima alle Seychelles è invidiabile: sempre caldo, senza estremi. In questo paradiso la temperatura raramente scende al di sotto dei 24°C o sale al di sopra dei 32°C. Fatta eccezione per le isole coralline all'estremo sud, tutte le altre sono fuori dalla fascia ciclonica, il che fa delle Seychelles la destinazione ideale per tutti gli adoratori del sole e gli amanti delle spiagge. Durante gli alisei di nord-ovest che soffiano da ottobre a marzo con una velocità media di 8-12 nodi, il mare è generalmente calmo e il tempo caldo ed umido. I mesi tra maggio e settembre sono i più asciutti, con delle temperature più fresche. Il mare è più agitato, soprattutto sulle coste del sud-est. I venti soffiano in media a 10-20 nodi.

UNA GIOVANE REPUBBLICA

Nonostante fossero già conosciute dal 1500 da navigatori arabi e portoghesi, le Seychelles sono un paese relativamente giovane le cui origini risalgono al 1700 con l'arrivo dei primi coloni Francesi a capo di un piccolo gruppo di Europei, Indiani e Africani. Le isole rimasero dominio Francese fino alla disfatta di Napoleone, quando vennero cedute all'Inghilterra. Durante quel periodo le Seychelles conobbero la politica illuminata di amministratori eccezionali quali Pierre Poivre, il brillante attivismo politico del governatore Queau de Quinssy e le terribili ripercussioni della Rivoluzione Francese e fu durante quegli anni che nacquero grandi tenute agricole, piantagioni di cocco, cotone e canna da zucchero. Sempre in quegli anni le Seychelles videro la città di Victoria diventare capitale, l'esilio di diversi e pittoreschi agitatori politici dell'impero e le ripercussioni economiche dell'abolizione della schiavitù. Nel 1976 le Seychelles ottennero l'indipendenza dal Regno Unito e divennero una repubblica all'interno del Commonwealth.

UN MUSEO DI STORIA NATURALE

Le Seychelles sono un museo di storia naturale vivente ed un santuario per alcune delle specie più rare al mondo. Consapevoli della ricchezza naturale del loro territorio, le Seychelles hanno optato per una politica ambientalista ad ampio raggio e circa il 50% della loro superficie terrestre è parco nazionale o riserva naturale. In nessun altro luogo al mondo si trovano specie endemiche uniche quali il coco-de-mer, il seme più grande del mondo, l'albero medusa, l'uccello 'Vedova' e l'usignolo delle Seychelles. Le Seychelles vantano due siti dichiarati patrimonio mondiale dell'UNESCO: Aldabra, l'atollo di corallo più grande del mondo e la Vallée de Mai, foresta antichissima a lungo creduta il Giardino dell'Eden. Dalla rana più piccola della terra alla tartaruga gigante più pesante del mondo, all'unico uccello dell'Oceano Indiano incapace di volare: le Seychelles nascondono un'impressionante gamma di specie endemiche in un'ambiente naturale di bellezza ineguagliata.

UN INSIEME DI CULTURE

La popolazione Seychellese, cosmopolita, è un vivace insieme di razze, culture e credi. In periodi diversi della storia, africani, europei e asiatici sono arrivati alle Seychelles portando con sé le loro tradizioni e costumi contribuendo allo stile di vita e arricchendo l'esuberante cultura Seychellese. Tali influssi possono essere chiaramente individuati osservando l'arte, la cucina, la musica, la danza e l'architettura locale. L'architettura, influenzata dall'eredità coloniale Inglese e Francese si riscontra in alcune ville padronali d'epoca, dal caratteristico tetto spiovente e rappresenta la capacità di adattamento al clima tropicale. L'architettura moderna cerca di assimilarne le caratteri-



Anse Coco

stiche, quali le astuzie per catturare la brezza e godere di maggior frescura. L'interiorizzazione e l'eco di queste origini multi etniche è particolarmente visibile nella produzione musicale locale. La musica e la danza Creole hanno le loro radici nelle culture Africane, Malgascse ed Europee. Vivaci e ritmate, molte delle danze sono caratteristicamente accompagnate da tamburi, ma anche da strumenti a corde che, più recentemente includono il violino e la chitarra. La danza tradizionale della Moutya, ballata ancora oggi, è una danza erotica che, come il Segà, risale ai giorni della schiavitù. Entrambe le danze sono accompagnate da canti, che raccontano di eventi molto apprezzati per le liriche ironiche e pungenti. Ci sono poi il Kanmtole, reminescente delle vivaci danze di campagna e il Kontredanse importato dalla corte francese.

COSE DA FARE

Le Seychelles offrono una caleidoscopica varietà di spiagge inesplorate, foreste vergini, santuari di uccelli, parchi marini, percorsi naturalistici, siti eco-turistici, nascosti isolani esotici e la possibilità di praticare pesca e vela tutto l'anno. Inoltre l'arcipelago offre luoghi eccezionali per snorkeling ed immersioni. Le Seychelles sono anche rinomate per la qualità delle vacanze all'insegna del benessere e delle SPA, del golf e del romanticismo. Su tutte le isole troviamo una vasta scelta di piccoli ristoranti e bar che servono deliziose specialità creole ed internazionali a prezzi ragionevoli ed in ambienti mozzafiato con panorami unici al mondo. Artisti locali le cui botteghe meritano una visita, propongono opere artigianali come sculture di legno e metallo, gioielli di moda, abiti, cd di musica locale, libri e dipinti, il tutto facilmente acquistabile sulle principali isole.



Le isole dell'armonia

Le Seychelles sono uniche, proprio come recita il loro slogan 'un altro mondo'. Questo angolo remoto dell'Oceano Indiano è un santuario incontaminato dove la natura primordiale è stata preservata e dove si possono ammirare specie endemiche uniche. Ad attendere il visitatore ci sono 115 isole con spiagge mozzafiato famose in tutto il mondo, sabbia soffice come borotalco e un clima perfetto: un vero paradiso per il viaggiatore moderno, stanco di vacanze ordinarie e desideroso di evadere ed assaggiare l'eccellenza. Alle Seychelles esistono due tipologie di isole: quelle granitiche, le cui verdeggianti cime si innalzano da foreste vergini e spiagge immacolate, e gli atolli, una scintillante varietà di isole coralline piatte e poco frequentate dall'uomo. L'arcipelago, che ha reso pressoché metà del suo territorio parco marino o riserva naturale, ospita, inoltre, due siti del patrimonio mondiale UNESCO: la leggendaria Vallée de Mai dove, su antiche palme, cresce il misterioso Coco de Mer, dalla sensuale forma di bacino femminile, e Aldabra, l'atollo corallino emerso più grande al mondo. Alle Seychelles si possono vivere contrasti emozionanti tra incredibili rocce granitiche oceaniche, oceano color cobalto, barriere coralline ricche di vita marina, lussureggianti foreste primordiali e romantiche spiagge deserte, accompagnati dalla rassicurante armonia e dalla calorosa accoglienza della società multietnica seychellese. Un viaggio alle Seychelles è senza dubbio un viaggio indimenticabile, una straordinaria opportunità per scoprire un'offerta turistica di primo livello e una vasta scelta di attività, tra cui immersioni, pesca, vela, golf, trekking e tanto altro, saltando da un'isola all'altra... Quale migliore destinazione per questa estate? www.seychelles.travel

Valtur si rinnova nella tradizione

Restyling del logo, catalogo dalle formule rivoluzionarie e ampliamento della sede milanese

Come l'araba fenice e dopo anni opachi, Valtur risorge, ma differentemente dal celebre uccello mitologico lo fa dalla propria più autentica tradizione di marchio leader del settore. "Prodotto, servizio e cibo ottimo", è la triade ripetuta da Jordi de las Moras, chief commercial and marketing officer Valtur, durante il roadshow partito alla BMT di Napoli e che ha toccato ben nove tappe utili alla spiegazione del nuovo catalogo Estate 2017 e delle politiche commerciali dell'operatore. Si comincia dal rin-

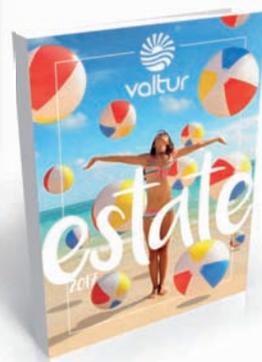
temporale, garantiamo che non ci sarà il fenomeno del last minute, sottolineando inoltre che la riduzione dei prezzi da listino ammonta al 10%-15% circa rispetto al 2016".

Il roadshow ha permesso l'incontro con oltre 1.000 agenti di viaggi, più di 3.000 se si considerano anche altre due tour promozionali ai quali Valtur ha partecipato come ospite. "L'obiettivo di riconquista della leadership – aggiunge de las Moras – passa anche dalla formula dei soggiorni brevi, con la possibilità di prenotare per uno o più giorni senza extra obbligatori. Si tratta di una vera e propria rivoluzione di cui siamo pionieri assoluti. Nuova, inoltre, è la flessibilità nelle date di partenza del soggiorno e nella formulazione dei pacchetti, con annessi la quotazione a catalogo del soggiorno base e la possibilità di fare upgrade o scegliere a parte i diversi supplementi". Altro punto importante dell'offerta Valtur è il soggiorno gratis per un bambino fino a 13 anni compiuti se in camera con uno o due adulti, nonché il soggiorno pure gratuito per i neonati fino a 23 mesi compiuti e il 50% di sconto sulla tariffa base tra i 2 e i 13 anni dal secondo bambino. Tra i villaggi, annunciato un investimento milionario per la storica struttura di Ostuni: "Investiremo qualche decina di milioni di euro per il rifacimento completo del nostro storico villaggio pugliese – dichiara de las Moras – I lavori partiranno dal prossimo autunno". Nel solco delle novità sotto la guida del presidente, Carlo Gagliardi, e dell'amministratrice delegata, Elena David, s'iscrive anche la rinnovata 'Casa Valtur', uno spazio nel cuore di Milano ampliato e ubicato in via Conservatorio 15.

Valentina Maresca



novamento del logo, arricchito del payoff 'tutta un'altra vita', per passare subito al rapporto con l'intermediazione. "L'80% del business deriva dagli agenti di viaggi – spiega de las Moras – Proprio a loro rivolgiamo la nostra promessa di un pricing corretto e di una politica tariffaria trasparente, con advanced booking del 30% sulla quota base per prenotazioni entro il 31 marzo e uno sconto del 20% per prenotazioni entro il 31 maggio. Terminato questo spazio



Jordide Las Moras

Itinerari inediti con Oceania Cruises

Nuova collezione di crociere Tropics & Exotics 2018-2019 con 75 itinerari, di cui 53 inediti con dieci rotte nel Pacifico meridionale, in Australia e Nuova Zelanda, 12 in Asia e Africa e 23 nei Caraibi a bordo delle sei navi di lusso di Oceania Cruises, compagnia crocieristica del gruppo Ncl. Rotte con scali multipli e prolungati in oltre 365 porti, inaccessibili alle grandi navi, sono i valori aggiunti della compagnia crocieristica di Miami, pronta a salpare nel 2018 da Cuba con dieci nuove rotte con partenza e arrivo da Port Miami, durata dai 7 ai 10 giorni e scali a L'Avana, a Cienfuegos e Santiago de Cuba. Ancora posti disponibili nel '180-Day World Cruises', il giro del mondo in 180 giorni. Salperà invece il 23 giugno 2018 l'European Grand Tour, un viaggio di 85 giorni a bordo della nave Sirena con partenza e arrivo a Miami e sosta in 48 porti con pernottamenti anche a Firenze e Venezia mentre il 30 luglio 2018 Vikings & Royals salperà da Londra verso Scozia, Galles e Irlanda, oltre alle Isole Faroe. "Itinerari inediti, con rotte dagli Stati Uniti a Roma a bordo di navi da lusso ed estrema cura dei dettagli studiate per un target medio-alto – spiega Silvia Semeria, Business Development Manager di Oceania Cruises durante la visita a bordo di Riviera – sono il valore aggiunto di Oceania, focalizzata sull'aspetto gastronomico più di qualsiasi altra linea di crociera, con un'offerta culinaria di grande pregio curata dallo chef francese Jacques Pépin, conosciuta come The Finest

Cuisine in Sea, con alcuni dei migliori ristoranti di specialità del settore, tutti inclusi nel prezzo della crociera". L'open seating, opzione che consente di mangiare in qualsiasi momento e con chiunque si desideri, include gli autentici piatti italiani della Toscana, le deliziose bistecche di Polo Grill, la cucina continentale nel Grand Dining Room e le specialità americane preparate sul momento al Terrace Café. A bordo di Sirena, il nostro nuovo ristorante di specialità, Tuscan Steak, ispirato alla cucina gourmet della Toscana, il Polo Grill e il Jacques Bistro, con raffinatezze stagionali della cucina francese durante il pranzo presso il Grand Dining Room. Stile senza eguali e comfort caratterizzano le ampie ed eleganti sistemazioni per un numero ristretto di passeggeri, a bordo di Regatta, Insignia, Nautica e Sirena – da 684 ospiti – e Marina e Riviera, da 1.250 passeggeri. Con l'esclusivo Privè, solo a bordo di Marina e Riviera, la sala da pranzo riservata ad un massimo di 10 ospiti, da prenotare per una serata indimenticabile, fra lavorazioni barocche e tappeti rosso Ferrari. Ogni viaggio a bordo di Oceania Cruises propone lezioni tenute da special guest, seminari Canyon Ranch, degustazioni di vini; Marina e Riviera si distinguono per il moderno Culinary Center, la prima scuola di cucina in crociera con postazioni di lavoro attrezzate in cui preparare i prodotti acquistati nei piccoli porti durante il Culinary Discovery Tours. Marina, Riviera e Insignia includono inoltre l'Artist Loft, in cui talentuosi artisti organizzano workshop creativi sulla pittura e sul disegno, ispirati ai luoghi visitati. A bordo di Riviera, Marina e Sirena anche il ristorante Red Ginger, ispirato al feng shui, con particolari in ebano, una rilassante parete a cascata e suggestive opere d'arte moderna asiatica in cui assaporare interpretazioni contemporanee dei classici asiatici. Info oceaniacruises.com

Laura Colognesi

**Per la compagnia del gruppo Ncl
rotte con scali multipli e prolungati in oltre
365 porti, inaccessibili alle grandi navi**



L'unica compagnia
per l'Arabia Saudita



saudia.com



la aerea che vola diretta e non stop dall'Italia
ta, da Roma e Milano per Jeddah e Riyadh



السعودية
SAUDIA



Costa Crociere: cresce per la soddisfazione

Ricerca del successo attraverso il dialogo e l'ascolto: dal programma CostaNext dedicato agli agenti di viaggi, ai sistemi di prezzi fino alla nuova filosofia NPS per la soddisfazione del cliente finale

In un mercato mondiale delle crociere ancora in crescita – secondo i dati Clia (Cruise Lines International Association) – in cui l'Italia continua a giocare un ruolo fondamentale, bisogna rafforzare la partnership con gli agenti di viaggi: è l'imperativo di Costa Crociere e quindi l'obiettivo cui mirano i programmi ed i progetti presentati in occasione dell'ultima edizione de I Protagonisti del Mare. Il nuovo sistema di prezzi, introdotto nel 2016 e caratterizzato da semplicità, trasparenza e competitività, ha portato a gran parte dei risultati raggiunti dalla compagnia italiana: un incisivo miglioramento nell'anticipo delle prenotazioni – che nel 2017 raggiunge mediamente i 4 mesi – e un'importante aumento del valore medio della crociera. Tariffe chiare e trasparenti, che comprendono i pacchetti bevande a bordo e le escursioni, insieme alla possibilità di godere dei servizi speciali come il soddisfatti o rimborsati, il miglior prezzo garantito e la cancellazione leggera, permettono a Costa Crociere di offrire una vacanza sempre più ricca e completa. Alla base del successo, l'importanza del dialogo con i propri partner commerciali – concretizzato anche attraverso l'avvio del progetto CostaNext – e

dell'ascolto dei propri ospiti, la cui soddisfazione è la filosofia dell'agire di Costa Crociere, che sta portando avanti un forte investimento in comunicazione su televisione e web, per supportare la conoscenza del prodotto crociera. "La soddisfazione degli ospiti è il nostro impegno da sempre e per essere ancora più efficaci abbiamo adottato la filosofia aziendale NPS (Net Promoter Score), metro di valutazione mondiale della fedeltà del cliente e della sua propensione a promuovere il brand." – ha commentato Carlo Schiavon, Direttore Commerciale e Marketing di Costa Crociere – "Il monitoraggio continuo e sistematico ci permette infatti di avere una visione sempre aggiornata di quello che pensano i nostri Ospiti dell'esperienza Costa, negli aspetti più caratteristici del nostro prodotto, quali la gastronomia, l'intrattenimento e le escursioni. Grazie a questo siamo in grado di studiare e creare servizi e programmi sempre adatti alle loro esigenze". Grazie alla filosofia e all'approccio di ascolto con NPS, il programma di fidelizzazione CostaClub, completamente rinnovato nel 2016, sta riscuotendo un alto gradimento da parte degli Ospiti Costa, che apprezzano e riconoscono il valore dei nuovi servizi. "Tuttavia, siamo consapevoli e convinti che tutto questo è raggiungibile solo attraverso una stretta e strategica alleanza con i nostri partner commerciali, nei confronti dei quali dedichiamo sempre più impegno e risorse, come il nuovo programma CostaNext – insieme verso il futuro' che, a soli due mesi dall'avvio, è già stato scelto da oltre 3700 agenti di viaggi per lo sviluppo del proprio business" ha aggiunto Schiavon.

Tra gli strumenti a supporto dell'attività commerciale, Costa Crociere ha presentato un catalogo per 12 mesi di crociere da novembre 2017 a novembre 2018 rinnovato nel format e nelle modalità di utilizzo. A una brochure istituzionale saranno affiancate quattro singole diverse brochure monografie, in uscita nel corso dell'anno: Nord Europa; Mediterraneo; Caraibi, Oceano Indiano e Maldive, Dubai, Oman e Emirati Arabi; Giri del Mondo e Transatlantiche. L'offerta Costa viene quindi presentata in una



Carlo Schiavon



Bruno Barbieri

l'impegno degli ospiti

nuova veste, che valorizza non solo l'ampia gamma di destinazioni intorno al Mondo, ma anche i servizi studiati ad hoc per il comfort degli ospiti a terra e a bordo. Fra questi, i menù elaborati dallo chef Bruno Barbieri ma anche le partnership strategiche con importanti compagnie aeree, Alitalia, NEOS e Volotea, in relazione al programma Fly&Cruise sia a livello nazionale che internazionale, lungo tutto l'arco dell'anno. Prosegue infatti la collaborazione decennale con la compagnia NEOS, grazie alla quale gli ospiti Costa in viaggio verso i Caraibi nell'inverno 2017/18, potranno volare sul nuovo Boeing 787.

ECCO I PROTAGONISTI DEL MARE 2017

Pioggia di premi sugli agenti di viaggio top partner di Costa Crociere. Sono state decine infatti le agenzie premiate dalla Compagnia nel corso della ventiquattresima edizione di Protagonisti del Mare, l'evento che ogni anno raduna a bordo di una delle navi della flotta genovese i rappresentanti della distribuzione che hanno ottenuto le migliori performance di vendite sul prodotto Costa.

L'edizione PdM 2017 ha visto a bordo di Costa Pacifica i vincitori di ben quattro mercati: Italia, Spagna, Portogallo e Brasile. Oltre alle categorie tradizionali – Area geografica, Top Ten, Over the Top, sono stati assegnati due nuovi riconoscimenti: "Smart Business", che riconosce l'Agenzia più innovativa e "Best Seller of Costa Fly&Cruise Packages" per premiare chi ha maggiormente valorizzato i pacchetti volo e crociera.

"È importante per noi celebrare i risultati ottenuti dai nostri partner commerciali e contemporaneamente condividere con loro i nostri piani futuri con l'obiettivo di crescere insieme – ha dichiarato Norbert Stiekema, Executive Vice President Sales & Marketing Costa Crociere. Dobbiamo continuare a lavorare uniti per far comprendere sempre meglio al cliente finale, specialmente a chi non è mai stato in crociera, il valore intrinseco del nostro prodotto sia in termini di qualità che di value for money". "Ogni anno siamo felici e orgogliosi di accogliere i nostri partner commerciali a bordo. Sono per noi un patrimonio strategico e di grande valore, e vogliamo continuare a crescere e rinnovarci insieme a loro. Ascoltiamo sempre i loro suggerimenti e molte delle innovazioni che abbiamo introdotto negli ultimi anni, per rendere le nostre crociere ancora più uniche e indimenticabili, sono il risultato del continuo confronto con loro" ha dichiarato Neil Palomba, Direttore Generale di Costa Crociere.



Il Vagero



Franco Rosso – Please Give Way



Adda Viaggi

Di seguito le agenzie premiate nelle due principali categorie:

TOP TEN

- Al di là dei Sogni (Roma)
- Ali&Sof Viaggi (Roma)
- Caputo Viaggi (Molfetta, BA)
- Fiscara Viaggi (Caltagirone, CT)
- Franco Rosso – Please Give Way (Milano)
- Isola Bianca (Cusano Milanino, MI)
- Polaris Viaggi (Bagnolo Piemonte, CN)
- Promotur (Torino)
- Simonetta (Reggio Calabria)
- Zuccala' (Siracusa)

OVER THE TOP

- Adda Viaggi (Cassano d'Adda, MI)
- Agua Travel (Carovigno, BR)
- Andirivieni Travel (Rossano, CS)
- Bisazza Gangi (Messina)
- Conca d'Oro Viaggi (Palermo)
- IViaggi del Principe (Savona)
- Il Vagero (Viareggio)
- MGM (Torino)
- New Feeling Viaggi (Cagliari)
- Osiris Travel (Genova)
- Stat Viaggi (Casale Monferrato, AL)
- Vi-Def (Savona)



Iran e Asia Centrale con Parextour

Arriva sul mercato un nuovo tour operator specializzato in viaggi di carattere esclusivamente culturale

Iran ma anche Uzbekistan, Azerbaijan, Armenia, Georgia e Turchia (mare). E poi, molto presto, anche Kazakistan e Turkmenistan. È il 'catalogo' di proposte di Parextour, nuovo tour operator italo-iraniano.

Per accreditarsi presso rete vendita e pubblico vanta, da un lato, la conoscenza diretta dell'Iran, e dall'altro il controllo totale della filiera, in quanto comprende la proprietà dell'ufficio corrispondente a Teheran. Propone inedite combinazioni di Paesi, rivolgendosi ai consumatori che ricercano espressamente viaggi di taglio culturale.

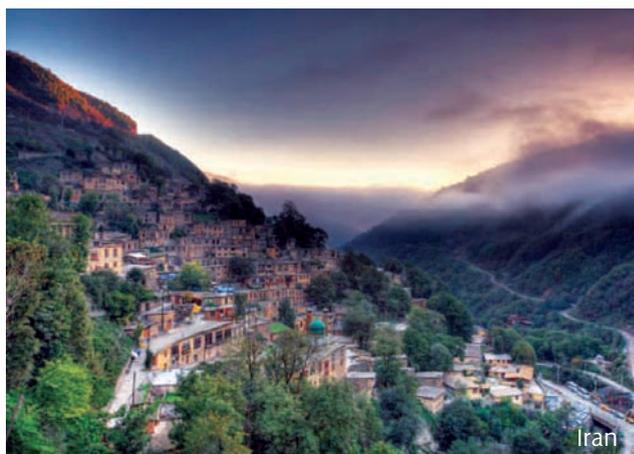
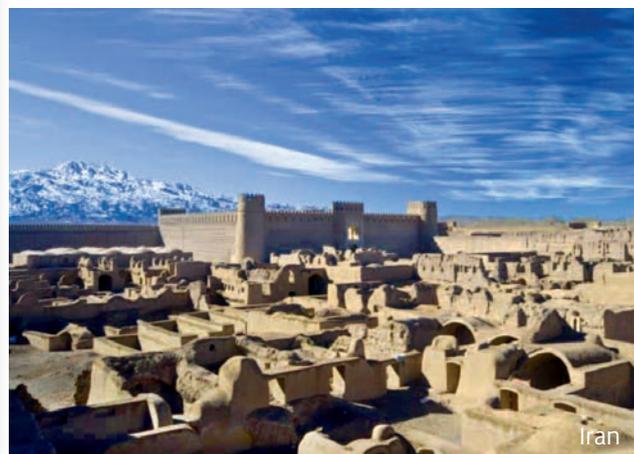
In ambito commerciale, fa leva su tour in esclusiva, partenze garantite anche con soli 2/4 iscritti, guide parlanti italiano, nessuna quota d'iscrizione e un pricing compe-

titivo. La qualità delle sistemazioni alberghiere predilige la categoria 4 stelle, e ci sono opzioni per confezionare viaggi tailor made in base a specifiche esigenze.

La specializzazione sull'Iran consente poi di impostare circuiti ottimizzati e di essere sempre aggiornati sulle novità e le tendenze. L'obiettivo infatti è anche quello di far scoprire alle persone la contemporaneità della nazione, non solo gli inestimabili tesori del suo passato.

DALLA MEDICINA AI VIAGGI

Parextour nasce dall'idea del suo Presidente, Homayoun Zohdi che, dopo la laurea in medicina a Teheran, decide di trasformare la passione per i viaggi e le fiere in un'attività di successo. Nel 1995 fonda Payam Resan Pardis Institute, che offre servizi dedicati agli studenti in partenza per paesi stranieri; tre anni dopo l'attività si allarga, con la creazione di Paryan Tejarat Pardis, che si occupa della gestione dei flussi turistici legati alla partecipazione a fiere e congressi nei vari settori merceologici. Nel 2004 il gruppo acquisisce un tour operator; nel 2012 cambia la



strategia degli investimenti aziendali e nel 2013 crea un nuovo progetto: Europe Incoming. Il gruppo sposta la sua base in Europa, a Milano. Nel 2016 prende forma l'outgoing: viene selezionato personale italiano di grande esperienza per la programmazione e lo sviluppo del tour operator, che intende lavorare attraverso il canale delle agenzie di viaggi. Danilo Chiarappa, Direttore Operativo, e Adelina Gentile, Product Manager, affiancano il Presidente Zohdi e la parte amministrativa, e si pongono come referenti per il bacino delle agenzie di viaggio.

La sede è a Milano, nella centrale via Copernico, ed è dotata di uno spazio destinato alla formazione e meeting, aperta a piccoli eventi e agli agenti di viaggio che vorranno approfondire la conoscenza delle destinazioni trattate da Parextour.



**SE VIAGGI CON
GRIMALDI LINES, SI VEDE.**

**LE NAVI GRIMALDI LINES TI PORTANO IN
GRECIA, SPAGNA, TUNISIA, MAROCCO, SICILIA E SARDEGNA**

grimaldi-lines.com

Il Museo Ferroviario di Pietrarsa entra in Convention Bureau Napoli



Con la nuova adesione arriva una prestigiosa e originale struttura per ampliare un'offerta sempre più completa al servizio del settore congressuale di Napoli

La squadra del Convention Bureau di Napoli (CBN) si arricchisce di un nuovo e prestigioso partner: il Museo Nazionale Ferroviario di Pietrarsa. È stato infatti siglato un protocollo di intesa che sancisce la volontà di intraprendere un percorso comune, finalizzato al rilancio settore congressuale nella città di Napoli. Per il CBN si tratta di un importante arricchimento che amplia la possibilità di proporre location congressuali anche non tradizionali. Ora, infatti, sarà possibile contare su una realtà in grande espansione, uno dei più importanti centri di archeologia industriale italiano di cultura ferroviaria. Una sede inusuale, ricca di fascino e storia, che si presta alla perfezione per l'organizzazione di convegni di spessore, avendo la possibilità di ospitare centinaia di persone 'accompagnate' da locomotive storiche. L'obiettivo comune è far crescere una rete efficiente e così realizzare iniziative promozionali e strategie per promuovere Napoli come destinazione congressuale.

“Il nostro percorso di crescita prosegue sia nel proporre, con sempre maggiore autorevolezza, come sede di importanti convegni, sia nell'allargare la nostra offerta, integrando nuovi soci o partner di prestigio, con i quali creare sinergie vincenti dichiara Giovanna Lucherini, direttore del Convention Bureau Napoli – In questa ottica il Museo Nazionale Ferroviario di Pietrarsa si inserisce alla perfezione nel sistema, offrendo una location unica,

ben strutturata ed organizzata. Una risorsa in più che ci permetterà di coniugare efficienza e cultura”.

Il Convention Bureau Napoli – CBN è un network di operatori privati che rappresentano l'eccellenza dell'industria congressuale partenopea. Punta a valorizzare l'esclusività di Napoli, promuovendo la destinazione per l'organizzazione di eventi, congressi, fiere e viaggi incentivi di vario genere. Il CBN lavora con le principali strutture alberghiere, agenzie di viaggi e agenzie di servizi della città, che supportano ogni fase dell'organizzazione di congressi, eventi e convegni. L'obiettivo del CBN è garantire l'assistenza, le informazioni e le location indispensabili per un evento esclusivo e di successo. Le aziende partner vengono costantemente monitorate al fine di garantire standard di qualità elevata nell'interesse del committente e dell'immagine della città in quanto destinazione MICE.

“Con la sottoscrizione del Protocollo di Intesa con il CBN – ha dichiarato Oreste Orvitti, direttore del Museo Nazionale Ferroviario di Pietrarsa – Fondazione e Museo intendono instaurare una collaborazione basata su principi e criteri direttivi ben definiti. Scopi fondamentali sono la valorizzazione del settore congressuale a Napoli, promozione degli spazi di cui dispone Fondazione FS per l'organizzazione di eventi, congressi e fiere sul territorio mediante il coinvolgimento del Museo Nazionale Ferroviario di Pietrarsa attraverso iniziative di fam trip, educational e press tour con buyers nazionali ed internazionali”.





CodeShare fra Aerolineas Argentinas e Alitalia

Dallo scorso 23 maggio è operativo l'accordo di CodeShare di Aerolineas Argentinas con il partner Alitalia. I voli in CodeShare permettono ai passeggeri di raggiungere Roma da 14 città italiane per proseguire con un volo Aerolineas Argentinas verso Buenos Aires. Le città sono Bari, Bologna, Brindisi, Catania, Firenze, Genova, Lamezia Terme, Napoli, Palermo, Reggio Calabria, Trieste, Torino, Venezia e Verona. Allo stesso modo sono state abilitate coincidenze verso Roma da 4 città europee, Bruxelles, Praga, Atene e Copenaghen, sempre in CodeShare. L'accordo contempla anche la possibilità di viaggiare a Roma da Madrid o da Barcellona oltre ai voli diretti Roma - Buenos Aires operati da entrambe le compagnie. I voli in CodeShare possono essere inclusi in unico biglietto e permettono comode coincidenze con

un check-in unico e spedizione bagaglio verso la destinazione finale. Inoltre, i passeggeri potranno accumulare miglia nel proprio conto Aerolineas Plus.

Idee per Viaggiare rafforza la rete vendite

Grandi novità per la rete vendite di Idee per Viaggiare: un nuovo assetto e due importanti new entry per rafforzare lo staff presente sul territorio Italiano. Si tratta di Gaetano Loprieno, nuovo key account per la Puglia e la Basilicata e di Vincent Angileri, nuovo key account per la Sicilia e la Calabria. Entrambi vantano una grande esperienza nel settore turistico, una conoscenza diretta e dettagliata del territorio e del tessuto agenziale. I cambiamenti coinvolgono anche una diversa gestione delle aree del nord, grazie alla nuova sfida professionale di Leonardo Camatti che, dopo oltre 13 anni di esperienza in Idee per Viaggiare

come key account, ha assunto il ruolo di Area Manager Nord Italia. Camatti coordinerà direttamente i commerciali di tale zona e garantendo una migliore fluidità operativa a tutto il reparto commerciale. "Siamo certi che questi professionisti - continua Massi - continueranno a supportare la crescita del nostro business e a consolidare ancor di più il nostro rapporto con le agenzie di tutto il territorio italiano".

Giordania: +90% dall'Italia

Giordania in netta ripresa nel 2017 da tutti i mercati, e in particolare da quello italiano. I dati ufficiali riportano una crescita dei pernottamenti italiani ad aprile del 90,8% rispetto allo stesso periodo del 2016. La crescita dall'Italia, nel periodo gennaio-aprile 2017 è di +46% rispetto al 2016. La crescita di arrivi registrata in Giordania è anche a livello internazionale, con un + 20,8% nel 2017 vs. 2016.

traghetti GDS

40 compagnie di navigazione

IL SISTEMA DI DISTRIBUZIONE GLOBALE DEI TRAGHETTI E DEGLI ALISCAFI

L'unico Partner che ti dà accesso a tutta la Biglietteria Marittima del Mediterraneo



- ✓ Attivazione e Utilizzo Gratuiti
- ✓ Rapida Comparazione dei Prezzi
- ✓ Commissioni Immediate su ogni Vendita

Registrati Subito a

www.traghettingds.it

Per maggiori informazioni scrivi a agenzie@traghettingds.it
o chiama il numero **0565 912323**

Garibaldi Hotels si riprende il Sud

Ci sono molti nomi che riportano all'italianità. Tra questi figura sicuramente quello di Garibaldi che, nel caso della scommessa di Fabrizio Prete ed Egidio Ventimiglia, ha anche una particolare seconda accezione. Garibaldi, infatti, è conosciuto anche come 'eroe dei due mondi', e se Prete e Ventimiglia non aspirano all'eroismo, di certo hanno iniziato un'impresa che riconcilia i personali mondi, quello professionale e quello delle radici: "Dopo aver collaborato per diversi anni con alcune delle più rinomate catene alberghiere italiane – premette Fabrizio Prete, direttore generale e commerciale di Garibaldi Hotels – ho deciso di rientrare nel Salento, ormai una delle mete turistiche per eccellenza in Italia. L'esperienza accumulata negli anni, i riconoscimenti del mercato e la credibilità acquisita mi hanno portato, poco più che trentenne, ad individuare la mia regione come il punto di partenza per un progetto che prevede la creazione di una catena alberghiera 'trasversale'".

La trasversalità del Gruppo si declina sul fronte leisure, con villaggi e resort, city hotel in valutazione nei centri di Roma, Torino e Milano, e dimore storiche. I risultati sono più che lusinghieri, se si pensa al fatto che, sul versante leisure, oggi Garibaldi Hotels annovera strutture in Sardegna (Borgo Saraceno, situato tra Palau e Santa Teresa di Gallura), Sicilia (Tindari Resort nel complesso di Portorosa), Trentino Alto Adige (Hotel Monzoni, nella Val di Fassa) e naturalmente Puglia (Campoverde Village, 19 Resort, entrambi nel Salento, e new entry sul versante 'storico' Dimora S. Anna, di prossima apertura e ubicata a Carovigno, paese a pochi chilometri da Ostuni). "Non

New entry in alta stagione in Puglia, apre Dimora S. Anna

facciamo affiliazione con il marchio, ma ci occupiamo delle strutture dal punto di vista gestionale, operativo e commerciale – spiega Egidio Ventimiglia, direttore ope-



rativo e delle risorse umane di Garibaldi Hotels – Nostro head office è ad Ostuni, e ad oggi abbiamo circa 200 collaboratori diretti, prevalentemente ragazzi pugliesi volenterosi di far parte, ciascuno nel suo settore, di un progetto giovane, fresco e dinamico".

Garibaldi Hotels si avvale della collaborazione di grandi realtà del settore quali Futura, che ha l'esclusiva commerciale del Tindari Resort, di fatto un Futura Club, e Nicolaus, anche per prossimità geografica. "Contiamo molto su azioni comuni con Nicolaus, brand leader del nostro territorio ormai noto a livello nazionale – aggiunge Prete, che svela qualche dettaglio in più sull'apertura in alta stagione della Dimora S. Anna – Si tratta di una splendida location munita di dodici stanze e che sarà il corpo centrale di un albergo diffuso: ci aggiungeremo infatti una serie di unità abitative a massimo 300 metri. Attualmente siamo a circa 28 unità, nostro obiettivo è arrivare a 50". Se dalla partenza nel 2015 ci sono state queste realizzazioni, con 50.000 presenze complessive nel 2016 destinate a raddoppiare quest'anno e un obiettivo di fatturato di 10 milioni di euro entro il 2018, beh... forse c'è dell'eroismo anche in questo Garibaldi!

Valentina Maresca

GH 19 Resort



AZ Franchising, helping you climb **to the top**



AZ FRANCHISING .COM

With over 600 Italian and international brands supported throughout its history, AZ Franchising has the ideal expertise and tools to help entrepreneurs reach their goals.



Wm Capital Spa - Business Format Franchising Specialists

I privilegi del viaggio con Air France e KLM



Dall'Italia, il Gruppo Air France KLM propone voli giornalieri verso gli aeroporti di Parigi Charles de Gaulle e Amsterdam Schiphol in partenza dai principali aeroporti. A tutti i passeggeri di lungo raggio che viaggiano in classe La Première Air France, viene offerto un servizio gratuito di auto privata con chauffeur da e per l'aeroporto. In particolare, per le partenze da Milano Malpensa, il servizio è offerto anche alla clientela che viaggia in classe Business sui voli intercontinentali. Ed infine, la corsa è gratis su Roma Marche Linee per i collegamenti in autobus tra le Marche e Roma Fiumicino per chi è in possesso di un biglietto di lungo raggio in partenza da Roma con voli Air France o KLM.

BLUEBIZ: A FIUMICINO E MALPENSA SCONTO SUL PARCHEGGIO E SERVIZIO DI CAR VALET

I collaboratori delle aziende iscritte a BlueBiz che viaggiano per lavoro con Air France, KLM o Delta in partenza dall'aeroporto Leonardo da Vinci di Roma o Milano Malpensa, usufruiscono di uno sconto sulla tariffa standard del parcheggio King Parking e servizio di car valet incluso nel prezzo, fino al 31 dicembre 2017. È sufficiente utilizzare il codice promozionale: BLUEKING.

SERVIZIO DI AUTO PRIVATA CON AUTISTA

Air France e KLM riservano fino al 31 dicembre 2017 ai propri clienti La Première e Business di lungo raggio un servizio gratuito di auto privata con autista, per offrire il meglio dell'esperienza del viaggio, fin dal trasferimento in aeroporto. Questo servizio esclusivo viene offerto con le seguenti particolarità:

- ai passeggeri di lungo raggio che viaggiano in classe La Première Air France in partenza/arrivo da tutti gli

scali italiani serviti dalla compagnia: Bologna, Firenze, Genova, Milano (Linate e Malpensa), Napoli, Roma, Torino e Venezia;

- ai passeggeri di classe Business Air France e World Business Class KLM sulle rotte intercontinentali, in partenza/arrivo da Milano Malpensa.

Il servizio deve essere prenotato almeno 48 ore prima della partenza del volo ed è gratuito per percorsi fino a 100 km di distanza dall'aeroporto di partenza/arrivo.

FLYING BLUE OFFRE IL BUS PER MALPENSA

A tutti i soci Flying Blue Air France e KLM offrono gratuitamente, fino al 31 dicembre 2017, la corsa in autobus con Airport Bus Express per il trasferimento da Milano Stazione Centrale o Fiera verso l'aeroporto di Milano Malpensa e viceversa. Il transfer deve essere prenotato almeno 48 ore prima della partenza del volo.

AUTOBUS GRATUITO DALLE MARCHE A FIUMICINO

Fino al 31 dicembre 2017, Air France e KLM offrono ai propri clienti in partenza da Roma Fiumicino su voli AF e/o KL di lungo raggio il trasporto gratuito sulle linee autobus del partner Roma Marche Linee per i collegamenti dalle Marche a Roma Fiumicino e viceversa. Per la prenotazione dell'autobus è sufficiente essere in possesso di un biglietto Air France o KLM per voli di lungo raggio ed essere in partenza da Roma Fiumicino. I clienti Air France e KLM ottengono i loro vouchers gratuiti compilando il formulario disponibile sul sito del partner Roma Marche Linee.

Maggiori informazioni su:

AIRFRANCE.IT – KLM.IT – BLUEBIZ.COM

KLM annuncia i nuovi voli diretti per San José

KLM Royal Dutch Airlines annuncia il nuovo collegamento diretto con San José, in Costa Rica (Amsterdam – San José – Amsterdam), che sarà operato due volte a settimana (il martedì e il venerdì). La nuova rotta sarà disponibile per tutta la stagione invernale eu-



ropea (da novembre a marzo), a partire dal 31 ottobre 2017. I voli possono essere già prenotati sul sito klm.com.

“Attualmente KLM trasporta molti passeggeri in Costa Rica, via Panama. Il crescente interesse del mercato europeo nei confronti di questo meraviglioso paese ci ha spinto a introdurre un volo diretto con destinazione San José”.

Pieter Elbers, Presidente e CEO di KLM

“Questo nuovo collegamento consentirà alla Costa Rica di aprire le porte ai turisti europei. Oltre a favorire l’incremento delle visite nel nostro paese, grazie alla rete globale di KLM, potenzierà il turismo locale, generando benefici per le oltre 600.000 persone che operano direttamente o indirettamente in questo settore e per tutte le comunità che vedono nel turismo un’opportunità di crescita”.

Luis Guillermo Solís, Presidente della Costa Rica

KLM attiva un nuovo collegamento diretto con Mumbai

KLM Royal Dutch Airlines ha annunciato un collegamento diretto verso la città più grande dell’India, Mumbai, a partire dal 29 ottobre 2017. È già possibile acquistare i biglietti per Mumbai su klm.it.

Pieter Elbers, Presidente e CEO di KLM, ha dichiarato: *“La presenza della rete KLM in India è cresciuta enormemente dall’inizio della nostra collaborazione strategica con Jet Airways. L’introduzione di un nuovo collegamento diretto con Mumbai, cuore economico del paese, consente a KLM di offrire ai propri clienti ben 48 destinazioni in tutta l’India, che si sommano alle altre destinazioni nel subcontinente indiano e in Asia”.*

PROGRAMMA DEI VOLI: AMSTERDAM - MUMBAI - AMSTERDAM

Durante la stagione invernale 2017-2018, KLM opererà tre voli settimanali diretti con destinazione Mumbai, in partenza il lunedì, il giovedì e il sabato. I passeggeri viaggeranno a bordo dell’ultimo arrivato nella flotta di KLM, il Boeing 787-9 Dreamliner, equipaggiato con 30 posti in World Business Class, 45 posti in Economy Comfort e 219 posti in classe Economy. I voli partiranno da Amsterdam alle 13:00 e atterreranno a Mumbai all’01:55 ora locale; per il ritorno, invece, la partenza è prevista da Mumbai alle 04:00 ora locale, con arrivo ad Amsterdam alle 8:45.

COLLEGAMENTI DIRETTI CON L’INDIA

L’aeroporto di Mumbai è l’hub di Jet Airways, il partner di codeshare di KLM. Ciò consente ai passeggeri di KLM in volo verso Mumbai di poter prenotare facilmente uno dei tanti voli di collegamento verso le maggiori città e centri economici dell’India, come Hyderabad, Ahmedabad, Chennai e Pune. Prima che Jet Airways trasferisse i propri voli da Bruxelles ad Amsterdam, da cui attualmente opera rotte giornaliere per Delhi e Mumbai, soltanto KLM offriva collegamenti quotidiani tra Amsterdam e Delhi.

Di recente, Jet Airways ha annunciato l’introduzione di voli giornalieri da Bangalore ad Amsterdam.

Voli diretti settimanali tra i Paesi Bassi e l’India

	Stagione est. 2017		Stagione inv. 2017	
	KLM	Jet Airways	KLM	Jet Airways
Amsterdam-Delhi	7	7	7	7
Amsterdam-Mumbai	-	7	3	7
Amsterdam-Bangalore	-	-	-	7
Totale	21 voli sett.		31 voli sett.	

Pieter Elbers, Presidente e CEO di KLM, ha dichiarato: *“Con le nuove rotte introdotte, il numero totale di collegamenti diretti tra Amsterdam e l’India salirà a 31 voli settimanali nella prossima stagione invernale. Senza dubbio, ciò costituirà un forte impulso per i legami tra i due paesi”.*

Maggiori informazioni su: KLM.IT





Turkish Airlines parla toscano

La compagnia aerea turca riprende a volare dall'aeroporto di Pisa con 4 voli a settimana

Con l'entrata in vigore degli orari estivi del trasporto aereo per il 2017, validi fino al 28 ottobre, Turkish Airlines si conferma primo vettore al mondo per numero di Paesi raggiunti. Sono 120, infatti, le nazioni servite dalla compagnia aerea, di cui 43 in Europa, 36 in Estremo e Medio Oriente, 33 in Africa e 8 in America. Particolarmente rilevante l'offerta di Turkish Airlines da e per l'Italia, che durante la stagione opererà ben 133 voli settimanali su nove aeroporti, permettendo a migliaia di viaggiatori di raggiungere 297 destinazioni. Grande novità della Summer 2017, poi, è la riapertura dell'attività sull'aeroporto 'Galileo Galilei' di Pisa, con quattro voli operati a settimana (martedì, giovedì, venerdì e sabato). Questi si aggiungono ai 35 su Milano, 35 su Roma, 21 su Venezia, 14 su Bologna, dieci su Napoli, sette su Catania, quattro su Bari e quattro su Torino. Il network di collegamenti di Turkish Airlines è in continua espansione ed è stato recentemente arricchito per il mercato italiano da rotte strategiche, fra cui Mauritius, Zanzibar, Seychelles, Havana, Caracas, Bogotà, Maputo, Durban, Panama, Conakry, Hanoi, Vorozez e Samara. Tali rotte sono tutte raggiungibili via

Istanbul, hub naturale specialmente per quelle verso Asia e Africa e a sole tre ore di distanza da 80 destinazioni internazionali.

Per quanto riguarda il servizio a bordo, Turkish Airlines estende il servizio wi-fi gratuito di Business Class anche ai passeggeri dell'Economy, a fronte della consegna da parte di questi ultimi dei loro tablet o computer portatili al personale della Compagnia Aerea durante l'imbarco dei voli diretti negli Stati Uniti. Per i passeggeri che preferiscono non riporre i loro dispositivi elettronici nel bagaglio registrato al check-in, la Compagnia offre uno speciale servizio che dà ai viaggiatori diretti verso Stati Uniti e Regno Unito un metodo sicuro di portare il proprio equipaggiamento elettronico in una zona speciale della stiva dell'aereo. I dispositivi possono essere utilizzati al gate fino all'imbarco. Inoltre Turkish Airlines ha cominciato a offrire laptop ai passeggeri di Business Class sui voli verso gli Stati Uniti e il Regno Unito. I passeggeri che consegnano i propri computer portatili al personale autorizzato Turkish Airlines prima dell'imbarco, infine, possono richiedere un computer portatile all'equipaggio di cabina. Con questo nuovo servizio, chi sceglie Turkish Airlines potrà continuare a lavorare senza interruzioni con laptop al di sopra delle nuvole senza dimenticare la possibilità di sperimentare Planet, il sistema di intrattenimento in volo del vettore turco.

Globy Crociere
Clienti assistiti e protetti
prima, durante e dopo
la Crociera.



Globy Crociere è la polizza completa che protegge la crociera con assistenza sanitaria e spese mediche, annullamento, bagaglio, assistenza legale, interruzione di crociera, ritardo aereo, assistenza all'abitazione e dei parenti rimasti a casa.

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

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

Global Assistance

Allianz 



Allianz Global Assistance
Migliore Compagnia Assicurativa 2017

Air Transat festeggia i primi 30 anni sulle ali del Canada

Nuovo volo Venezia- Montréal a partire dal 23 giugno e capacità aumentata del 10% sul 2016

Il 2017 non è un anno qualunque, per Air Transat. Il vettore canadese, infatti, celebra quest'anno il proprio 30° anniversario, consolidandosi sempre di più sul mercato italiano e rafforzando gli investimenti dalla primavera, stagione di ripartenza dei collegamenti che hanno come proprio hub di riferimento Roma Fiumicino: dallo scorso primo aprile, infatti, la Compagnia ha ripreso i voli non-stop da Roma per Montréal (5 settimanali) e da Roma per Toronto (6 settimanali). La Capitale, dunque, riconferma 11 voli non-stop Roma Fiumicino – Canada (Toronto e Montréal). “In totale offriamo 17 collegamenti diretti a settimana Italia-Canada – riassume Tiziana Della Serra, sales & marketing director di Air Transat Italia – Abbiamo voli non-stop da Roma, Venezia e Lamezia per Toronto e Montréal e voli in connessione per Vancouver, Calgary e Québec City, proponendo ai viaggiatori provenienti dall'Italia più opzioni e flessibilità per esplorare il Canada”.

In particolare, Air Transat ha ampliato il proprio network dalla città di Venezia, che vedrà un nuovo volo di venerdì per Montréal a partire dal prossimo 23 giugno. Rappresentato nel nostro Paese da Rephouse GSA, il vettore ha inoltre messo a disposizione per i viaggiatori una capacità pari a 108.305 posti, con un aumento di circa il 10% rispetto all'anno scorso. Dall'aeroporto 'Marco Polo', quindi,



Tiziana Della Serra

saranno disponibili tre collegamenti non-stop settimanali per Montréal (sabato, domenica e venerdì dal 23 giugno) e due collegamenti non-stop settimanali per Toronto (sabato, domenica e venerdì). Venezia avrà in totale 5 voli non stop per il Canada (Toronto e Montréal). Dal prossimo 28 giugno, inoltre, riprenderà il collegamento non-stop da Lamezia a Toronto con un volo settimanale.

“Nostri punti di forza – elenca Della Serra – sono le tariffe, tutte combinabili tra loro e che permettono di visitare più destinazioni in un unico viaggio. Si contraddistinguono pure perché competitive: per fare solo un esempio, Roma-Toronto o Roma-Montréal da 440 euro a/r bagaglio gratuito, pasto free e intrattenimento di bordo. Ricordiamo quindi i voli diretti per Montréal e Toronto non solo da Roma, ma anche da Venezia e Lamezia unitamente all'ampio network sul Canada est e ovest con i voli in connessione. Manteniamo poi un rapporto consolidato con il trade e rete vendite capillare da Nord al Sud, Sicilia inclusa. Abbiamo un booking dedicato e organizziamo numerosi webinar per sviluppare la formazione su Air Transat”. Tra le novità per visitare il Canada c'è l'eTA, l'Autorizzazione Elettronica al Viaggio (Electronic Travel Authorization). Si tratta di un requisito obbligatorio per l'ingresso nel Paese e la registrazione può essere effettuata online su www.canada.ca/eta al costo di 7 dollari. L'eTA ha una validità di 5 anni dall'autorizzazione e comunque entro quella del passaporto per cui si ottiene. Per registrarsi serve il passaporto in corso di validità, un indirizzo e-mail e la carta di credito.

Valentina Maresca





Ryanair invita gli europei a viaggiare

Un piano in 5 punti per incrementare il turismo europeo del 10%, evidenziando i benefici che l'aviazione low cost porta nell'area. Lo ha lanciato Ryanair durante la Malta Tourism Conference. Kenny Jacobs, Chief Marketing Officer del vettore irlandese, ha sottolineato nell'occasione come i voli low cost siano un elemento fondamentale per la crescita del turismo regionale e per la creazione di posti di lavoro, che potrebbero arrivare a produrre una crescita del 10% nel 2018 (contro il 4% previsto) e creare 2 milioni di nuovi posti di lavoro, se i paesi europei contribuissero incoraggiando i propri cittadini a trascorrere le vacanze in Europa. Per questo Ryanair ha delineato un piano in 5 punti per incrementare il turismo, a partire dalla diminuzione dei costi aeroportuali e rimozione delle tasse sui voli a corto raggio in Europa.

La low cost lancia un piano in 5 punti che nel 2018 potrebbe far crescere del 10% il movimento turistico nel Vecchio Continente

Secondo la Compagnia di O'Leary bisognerà affrontare poi la carenza di strutture ricettive, che porta ad un rialzo dei prezzi, abbassando i costi e costruendo più hotel. Altro fattore da migliorare è il marketing delle destinazioni europee per incoraggiare i cittadini europei a trascorrere le proprie vacanze in Europa. Inoltre bisognerà sviluppare nuove destinazioni regionali e in questo caso Ryanair porta come esempio il sud Italia e il nord della Spagna, e pensare a un turismo che duri tutto l'anno.

AIRONE BOUTIQUE HOTELS

Airone Hotel***sup
aironehotel
***superior 

Via del Cerriglio 10 - Tel. 081 18578207
prenotazioni@aironehotelnapoli.com - www.aironehotelnapoli.com

b&b Napoli Chiaia 32
napolichiaia
bed & breakfast 

Via Chiaia 32 - Tel. 081 0607823
prenotazioni@bbchiaia32.com - www.bbchiaia32.com

Residence Napoli Chiaia 197

napolichiaia
de luxe residence 

Via Chiaia 197 - Tel. 081 0607823
prenotazioni@bbchiaia32.com - www.bbchiaia32.com

Casale Silvia

casalesilvia
parrano - umbria 

Umbria Località Parrano - Tel. 335 258 204
prenotazioni@casalesilvia.com - www.casalesilvia.com

Amadeus da fornitore a partner IT

Una pioggia di riconoscimenti certifica la mission di un leader premiato dalle cifre

Più che le parole, si sa, possono i numeri, specie nel business. E sono proprio loro a certificare la leadership di Amadeus che non si ferma a dormire sugli allori, ma guarda avanti con un obiettivo preciso esposto dal suo direttore commerciale, Gabriele Rispoli:

“La nostra mission è portare avanti l’evoluzione da fornitore Gds a partner IT per le agenzie di viaggi e abbiamo pianificato tre aree per il prodotto allo scopo di dare all’intermediazione efficienza e automazioni, maggiori servizi al viaggiatore e strumenti per aumentare ricavi e modelli di business per il trade”. Per il primo punto esempio è il Ticket Changer, che agisce sulla biglietteria aerea in modo certo e sicuro proteggendo i clienti dagli ADM che le compagnie mandano in caso di errore; per i servizi al viaggiatore interviene invece Mini Rules,

che dà possibilità d’inviare le regole tariffarie relative alle prenotazioni in modo più facile da leggere e senza tecnicismi, mentre per il terzo punto entra il lavoro fatto sul merchandising, con servizi più ampi che fanno diventare l’agente il punto vendita di tutto quello che riguarda il viaggio, riconoscendogli così un vero valore aggiunto.

Si guarda quindi avanti forti di grandi risultati nell’anno alle spalle: “Amadeus Italia ha chiuso il 2016 con un incremento dell’8% sui volumi di prenotazione e un +3% di market share – ha snoccolato Rispoli – L’incremento

dei volumi non deriva solo dal segmento aereo, ma anche da quello auto, con un +19%, e da quello hotel che fa segnare un +31%. Questo dimostra che la nostra piattaforma ospita sempre maggiori contenuti”. Sono 10.000 gli agenti di viaggi che in Italia utilizzano un sistema Amadeus: di questi 10.000, l’80% va direttamente su piattaforma Gds e il 15% lavora su piattaforme semplificate di progettazione Amadeus. “Il risultato più rilevante – ha continuato Rispoli – è il +54% di vendita sui servizi ancillari quali prenotazione del posto aereo, imbarco prioritario, assicurazione di viaggio, parcheggio, cibi o bevande, bagaglio aggiuntivo, attrezzature extra come quelle sportive. Per le agenzie si tratta di dati importanti sia per la voce revenue, sia per il ruolo di consulenti nei viaggi”.

Tornando alle cifre, inoltre, la forza commerciale Amadeus copre il 100% del territorio nazionale con 2.500 agenzie visitate nel 2016. L’help desk, ubicato a Milano, vanta un tasso del 92% dei casi risolti alla prima chiamata dalla durata media di 3,50 minuti e dall’attesa di 16 secondi. Circa la formazione, poi, nel 2016 Amadeus ha realizzato 880 ore di webinar con 2.500 agenti di viaggi e 200 ore di corsi distribuite in 80 on line, 80 in aula e 40 direttamente in agenzia. “La nostra presenza sul territorio è capillare, di continuo ascolto al mercato – ha specificato Rispoli – Una volta l’anno facciamo realizzare da una società esterna una survey in cui chiediamo ai clienti se siamo all’altezza delle aspettative. Per il 2017 ci proponiamo di continuare a fornire servizi di elevata qualità a livello amministrativo, operativo e a corollario delle vendite. Intanto lo scorso marzo abbiamo ricevuto il premio per il self booking tool business travel all’Italian Mission Travel, che si aggiunge all’Italian Travel Award a Roma nel 2016 come miglior Gds, bissato quest’anno alla seconda edizione di ITA. Si tratta – ha concluso Rispoli – di noti riconoscimenti che ci rendono molto orgogliosi”.

Valentina Maresca



Gabriele Rispoli

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

Edizione e amministrazione:

Projecta Srl - Via Vannella Gaetani, 15
80121 Napoli - tel. 081 7640032

Sales & Marketing Coordinator:

Emanuela Vadacca
vadacca@ilgiornaledelturismo.com

Hanno collaborato:

Valentina Maresca, Laura Colognesi,

Realizzazione grafica: Simona Postelli

Stampa: Arti Grafiche Boccia Spa, Salerno
Via Tiberio Claudio Felice, 7 - 84131

CSST CERTIFICAZIONE EDITORIA SPECIALIZZATA E TECNICA

A member of IFABC International Federation of Audit Bureaus of Circulations

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

Periodicità: mensile
Tiratura media: 9.206 Diffusione media: 9.197
Certificato CSST n. 2013-2431 del 26/02/2014
Società di Revisione: PKF Italia

SINCERT

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


iviaggi dell'airone®

Tre buoni motivi per sceglierci

Visita il nostro sito
www.iviaggidellairone.com

Scoprirai le offerte speciali
su misura per te nei nostri cataloghi
'il Mondo' e 'Viaggi di Nozze'



air on line

Con un solo click puoi entrare
nel Mondo dell'Airone

Piattaforma b2b che permette di prenotare:
pacchetti volo + hotel, oppure solo volo/solo hotel
Prenotazioni in real time • Assistenza h24
• Reseller di biglietteria aerea

**Prenotare i cuori online è facile!
Entra nel mondo 'Viaggi di Nozze'
digitando 'cuore'**

- Prezzo finito per coppia
 - Volo, soggiorno e tasse aeree incluse
- Scegli il cuore secondo il tuo budget



AIRFRANCE



FRANCE IS IN THE AIR

A man with curly brown hair, wearing a blue suit, white shirt, and blue tie, is shown from the chest up. He has a thoughtful expression, resting his chin on his hand. The background is a dark blue gradient with orange geometric shapes on the left and right sides. A small white airplane icon is visible on the left side.

**QUANDO LA MIA RIUNIONE TERMINA IN ANTICIPO
E POTREI GIÀ TORNARE A CASA.**

OFFERTE FLEX

**PRENDERE UN VOLO PRIMA,
SENZA SPESE**

AIRFRANCE_KLM

AIRFRANCE.IT

Giunti in aeroporto, potete prendere un volo antecedente, se i posti sono disponibili, senza spese supplementari. Offerte valide sui voli operati da Air France da e per l'Europa, il Nord Africa e Israele.