

il Giornale del Turismo & MICE magazine

PRIMO PIANO
PRIMO PIANO
PRIMO PIANO
MICE

Carella presenta il nuovo Ventaglio
L'Egitto prova a ripartire
MSC Meraviglia prende il largo
Cresce il Convention Bureau Napoli



GRECIA: REGINA DELL'ESTATE 2017

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



B O R S A M E D I T E R R A N E A D E L T U R I S M O

BMT

FIORE ALL'OCCHIELLO DEL TURISMO



23 VENERDÌ
24 SABATO
25 DOMENICA

MARZO 2018

22^a NAPOLI
EDIZIONE

PROGECTA PROGECTA srl Via Vannella Gaetani, 15
80121 Napoli, Italia - tel. 081 7640032
EVENTI FIERISTICI *dal 1996* info@progetta.org - www.progetta.org

www.bmtnapoli.com



Sommario

Editoriale

- 7** BMT e TTG incontri:
i protagonisti puntano su Napoli e Rimini Angioletto de Negri

In copertina

- 8** Alla Grecia la corona di regina dell'estate Antonio Del Piano

Primo piano

- 14** Che Meraviglia: una nave per tutte le stagioni Laura Colognesi

Inserito Speciale

- 17** Convention Bureau Napoli: il MICE alla conquista del golfo

- 22** Il ritorno del Ventaglio:
26 strutture in Italia e nel mondo Antonio Del Piano

- 24** Piano piano riparte l'Egitto Antonio Del Piano

Reportage

- 26** Malta: destinazione per italiani Cristina Nerelli
28 Francoforte: la Manhattan d'Europa Annalisa Tirrito

Trasporti

- 30** Alta Velocità a Napoli Afragola
31 6.000 adv su TraghettiGDS

Incoming

- 32** Ho la barca, vado a Capri Antonio Del Piano

Servizi

- 33** Globy aumenta le coperture

Associazioni

- 34** Commerciali Turismo Italia in festa
A Napoli è Summer Beach Party

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

Sales & Marketing Coordinator:

Emanuela Vadacca - vadacca@ilgiornaledelturismo.com

Hanno collaborato: Laura Colognesi, Cristina Nerelli, Annalisa Tirrito

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

OFFERTA VALIDA
FINO AL 3 SETTEMBRE

**L'ESTATE CON
GRIMALDI LINES
CONVIENE!**



**OFFERTA LAST MINUTE
PRENOTA E VIAGGIA ENTRO 5 GIORNI
30% DI SCONTO (Diritti fissi esclusi)
PER SPAGNA, GRECIA, SICILIA E SARDEGNA.**

- lo sconto del 30% si applica ai viaggi con data partenza entro i 5 giorni dalla data prenotazione
- la promozione è valida su tutti i collegamenti marittimi per Sardegna, Sicilia, Spagna e Grecia
- la promozione è valida per prenotazioni dal 30/6/2017 e per partenze dall'1/7/2017 al 3/9/2017
- lo sconto del 30% si applica al passaggio nave ed ai supplementi sistemazione e veicoli al seguito; non si applica ai diritti fissi obbligatori
- lo sconto si applica esclusivamente ai biglietti one way (nel caso di biglietto andata e ritorno, verrà scontata solo la tratta che risponde alla condizione dei 5 giorni descritta al primo punto)
- lo sconto non si applica agli eventi a bordo, né ai supplementi per servizi di bordo (es. pasti, wi-fi, ecc.)
- la promozione è cumulabile con le convenzioni e con le promozioni attive al momento della prenotazione, esclusa la "Speciale Spagna dalla Sardegna" valida sul collegamento Porto Torres > Barcellona > Porto Torres
- il biglietto emesso con la promozione "Last minute 5 giorni" non è rimborsabile, ma è modificabile alle vigenti condizioni
- la promozione non è retroattiva e può subire variazioni



BMT e TTG incontri: i protagonisti puntano su Napoli e Rimini

Borsa Mediterranea del Turismo 2018, lavori in corso.

La ventiduesima edizione dell'appuntamento di primavera dedicato ai professionisti ed ai protagonisti del turismo, come ormai saprete, è in programma a Napoli da venerdì 23 a domenica 25 marzo del prossimo anno alla Mostra d'Oltremare di Napoli, saldo in quelle che ormai sono da anni le sue tradizionali date. La selezione naturale delle borse turistiche ha ormai portato al consolidamento di due eventi professionali di riferimento, in due periodi ben distinti dell'anno: BMT in primavera e TTG Incontri in autunno. Fanno da utile corollario pochi appuntamenti di nicchia e a carattere locale che completano il quadro d'insieme nell'operatività del sistema fieristico dedicato al turismo. Altro non serve ai professionisti di settore: sono loro che negli anni hanno stabilito e fatto capire quali sono le borse di cui hanno bisogno di confrontarsi con il mercato.

Anche nel 2018 quindi, la borsa organizzata da Progetta darà l'avvio ufficiale alla stagione turistica in Italia con un momento di confronto fra operatori e dettaglianti. BMT guarda avanti e per stare al passo con i tempi adegua il suo format per rispondere alle mutate esigenze dell'industria del turismo. Area espositiva presidiata dalle imprese nuove, da quelle ormai affermate e anche da quelle che ritornano sulla scena e poi workshop sempre più mirati alle esigenze della domanda, momenti di approfondimento e formazione quanto mai necessaria in un mondo come quello del turismo che deve saper rispondere in tempo reale alle trasformazioni della società.

C'è ottimismo su quello che sarà la BMT 2018, dove si apriranno nuovi spazi a settori con grandi prospettive, a partire dal MICE che Progetta curerà con la collaborazione di CBN - Convention Bureau Napoli per allargare la platea di strutture presenti e di meeting planners, manager e buyers interessati. Ottimismo anche nell'interesse per BMT da parte delle Agenzie nel loro nuovo ruolo di 'Aziende' che lavorano il prodotto su misura per il cliente e che quindi hanno sempre più bisogno di confrontarsi con i vari fornitori di servizio, dalle OTA alle catene alberghiere, dalle compagnie aeree a quelle di navigazione, crociere, uffici di promozione turistica e anche i tour operator presenti, in particolar modo quelli che hanno saputo trasformarsi anche in fornitori di servizi vari, senz'altro migliori di quelli che possono offrire le Online Travel Agency o le banche letti varie. La grande novità di BMT 2018 sarà l'apertura al pubblico per l'intera giornata di domenica 25 marzo.

Prolungheremo l'orario di apertura domenicale fino alle ore 20.00 accontentando le tante richieste pervenute da più parti. Accoglieremo un pubblico pagante e qualificato. A tal scopo promuoveremo un ricco battage pubblicitario in tutta la Campania attraverso i più diffusi mezzi di informazione e coinvolgeremo imprenditori e varie categorie di professionisti. Domenica sarà allestita 'PIAZZA AFFARI', dove le 'AGENZIE AZIENDE' avranno un desk per incontrare il pubblico dei visitatori.

Sarà una FIERA APERTA a cui stiamo già lavorando con impegno per portare avanti le trattative con Tour Operator e Compagnie Aeree che vorranno sponsorizzare ed essere protagonisti di questa nuova grande novità.

Buona lettura.

Angioletto de Negri



Alla Grecia la corona

Secondo le previsioni del GNTO, sarà superata la quota di 30 milioni di turisti registrata lo scorso anno grazie anche al buon contributo degli italiani

È il gioco preferito di ogni estate: eleggere la regina, sia essa di un concorso di bellezza come del campionato di calcio e anche del turismo, andando a scegliere la preferita fra le destinazioni che meglio sanno attrarre i turisti.

Per quest'anno, stando ai dati diffusi recentemente dal Centro Studi Touring Club Italiano sulle intenzioni di

viaggio della community Touring, gli italiani eleggeranno la Grecia come loro destinazione preferita.

Sarà oltre il 90% la quota di abitanti del Bel Paese che andrà in vacanza in fino a settembre con la massima concentrazione ad agosto (53%), seguito dal mese di luglio (47%) mentre settembre seppure di poco (31%) supererà giugno (29%). E, al netto della ovvia preferenza per l'Italia (anche se in diminuzione), crescono in modo significativo le mete estere e questa tendenza influenza anche il ricorso alle agenzie di viaggio: anche se il dato è basso (22%) è in aumento rispetto alle scorse rilevazioni (attorno al 10%). La destinazione straniera preferita è la Grecia (17%): Atene per quanto riguarda i tour culturali e Creta e Cicladi per il balneare. Segue la Spagna (12%) con le Baleari e la Francia (11%) con la preferenza di Corsica, Bretagna e Normandia.



di regina dell'estate

Il trend italiano è una risposta positiva all'attività di promozione messa in campo dall'Ente Ellenico del Turismo che quest'anno punta a superare la quota di 30 milioni di turisti registrata lo scorso anno secondo le previsioni del GNT0. La sfida, per l'ente del turismo, consiste nel diversificare l'offerta mettendo in mostra tutti i plus del prodotto Grecia, dalle sue città, ideali per city break in ogni momento dell'anno, alle tantissime isole, tutte diverse fra loro e agli aspetti culturali ed enogastronomici.

Un successo testimoniato anche dai numeri della principale compagnia nazionale, Aegean Airlines, che nel 2016 ha aumentato il traffico passeggeri del 7% rispetto al 2015 (12,5 milioni di passeggeri, con l'aumento sostenuto soprattutto da clienti internazionali), e ha previsioni positive per i prossimi mesi.

Quello che quindi arriva dalla Grecia è un invito ad avere fiducia nella destinazione, partito da un settore che non è minimamente influenzato dalle voci spesso non positive che riguardano l'intera economia locale; anzi, se c'è un settore che continua a portare vitale ossigeno all'economia ellenica è proprio il turismo e i tanti milioni di innamorati di questa terra, delle sue isole e della sua storia che, nonostante tutto, non fanno mancare mai la loro presenza.

Antonio Del Piano

**PER INFORMAZIONI
ENTE NAZIONALE ELLENICO PER IL TURISMO**

Via Santa Sofia 12, 20122 Milano

Tel. 02-860470, 02-860477 - Fax 02-72022589

info@visitgreece.it

Chios

L'ISOLA BENEDETTA

Mistica e multiforme, Chios è un'isola tutta da scoprire nel nord dell'Egeo. Villaggi mediterranei, spiagge selvagge e profumo di masticha fanno di Chios un luogo non qualunque. È conosciuta da tutti, soprattutto per i villaggi dove si raccoglie la masticha e per la fama dei suoi capitani. Non è mondana né sconosciuta, è un'isola piena di sorprese, non contaminata da zone industriali, piena di mistero, di luoghi nascosti incantevoli e magici. Un luogo che unisce storia e natura e catturerà l'anima di quanti decideranno di soggiornare su di essa per le vacanze.

Kampos: il luogo nobile dell'isola | Stradine strette, muri di pietra altissimi e archi imponenti. Qui in questi ambienti eleganti vivevano una volta i signori. Nel 14° secolo i genovesi iniziarono a costruire, per poi, gli abitanti di Chios continuare negli anni a seguire.

I paesi della Masticha | Sono circa 20, si trovano nella parte sud dell'isola e profumano tutta l'aria. In particolare Pirghi e Mesta e poi ancora Vessa, Armolia, Nenita e Patrika. Passeggiando per le stradine incantevoli, soprattutto durante il mese di agosto, si può assistere all'imperdibile spettacolo delle piante che lacrimano questi preziosi cristalli.

Tanti bellissimi castelli | L'immagine del bellissimo paesaggio di Chios non può non rimanere impresso nella mente per sempre, con l'immagine dei castelli di pietra a forma di cono. L'Anabatos, stupenda costruzione in pietra posta a strapiombo sulla cima di una collina. Un sito archeologico di bellezza particolare che non dovete perdere.

San Isidoro, la Masticha e lo skins | Un cespuglio basso dai rami che si estendono dovunque, questo il punto che delimita la parte commerciale dell'isola. L'albero skins, che esiste dal 1° secolo a.C. e che la leggenda dice cominciò a 'lacrimare' masticha quando San Isidoro subì martirio dai romani.

Il fragoroso Vrontado | Racconta di una guerra fantasmagorica, una battaglia avvenuta tra due parrocchie la sera della Resurrezione.

I Tesori nascosti del Nord | È magica e affascinante la bellezza naturale della parte nord di Chios. È possibile scoprirlo lungo l'imperdibile percorso che da Kardamila arriva a Dievxa attraversando Nayos, Anades, Viki, Kampia e Kipouries. Lo spettacolo che si svolge intorno è ineguagliabile lungo la strada che conduce verso spiagge sconosciute.

Il monastero di Chios | Il più importante Monastero di Chios ed è anche una delle più importanti eredità della Grecia. Costruito nel 1024 dall'Imperatore Costantino: ricco, sontuoso. Nel Monastero sono conservati alcuni dei mosaici bizantini più belli del mondo.

La gastronomia | Oltre alla famosa Masticha, l'isola di Chios offre ai suoi visitatori innumerevoli prodotti locali dai sapori ineguagliabili. Il burro locale e i formaggi tipo il Mastelo, i mandarini di Chios, l'Ouzo e i liquori. E poi ancora il vino di eccellente qualità, i dolci, ma anche il pesce e i frutti di mare freschissimi. Tentazioni a cui sarà difficile resistere!



Kos

BELLEZZA ESOTICA DELL'EGEO

Sull'isola di Ippocrate, i castelli sono attrazioni di valore inestimabile e le spiagge e i paesaggi naturalistici sono di una bellezza unica. Posta a sud del Dodecanneso, Kos è un luogo emozionante che riesce a stupire regalando sensazioni uniche. Una terapia per l'anima, il corpo e la vista. Il paesaggio offre altissime palme a ridosso di spiagge incantevoli e luoghi di bellezza naturale accanto a resti archeologici di rara importanza, il tutto in perfetta armonia fra loro. L'isola dove nacque Ippocrate è conosciuta anche come Meropi, Nimfea o Karis e ogni anno accoglie e attira tantissime persone.

Cosa vedere a Kos | L'Asklepieion, che si trova a circa quattro chilometri a sud ovest della città di Kos, è posto su una collina da cui si ammira una vista impagabile ed è uno dei più importanti siti archeologici della Grecia.



Venne edificato nel IV sec. a.C., dopo la morte di Ippocrate. Qui si può ammirare il bellissimo portico, il complesso delle terme romane, il Tempio Ionico e il Tempio Dorico. E poi c'è il Platano di Ippocrate, dal perimetro di 12 metri e che secondo la leggenda fu piantato da lui stesso. Sotto le sue fronde il più famoso medico dell'antichità insegnava ai suoi allievi e visitava i suoi pazienti. Kos è una città moderna dalla ricca storia e di grandi piazze, viali grandi alberati, palazzi moderni, caffè e ristoranti. Distrutta dal terremoto del 1933, fu poi ricostruita dagli italiani. Così che, questa città è particolarmente amata da chi ama la storia. Tantissime sono le attrazioni e le cose da fare e fra queste la vista al Castello dei Cavalieri Giovanniti o le passeggiate lungo le mura della città vecchia costruite tra il 1392 e il 1396. Da visitare poi le zone archeologiche di Limenos, del mercato, della città medioevale, del Castello di Neratzias.

Spiagge infinite | Ogni spiaggia a Kos è lunga almeno un kilometro. La più lunga è quella di Kardamena, dalle acque cristalline. Stupende anche Mastixari, Tigkaki, Marmari, Crissi Akti, Kefalos e Paradisos.

Nel Castello degli avversari | A giugno del 1457, 15 cavalieri con l'aiuto di 200 abitanti del luogo combatterono per 23 giorni e costrinsero 16.000 turchi a sciogliere l'assedio!

I tesori nascosti di Kos | Kos è piena di rifugi e uno di questi è quello per i pavoni, costruito nel 1940 dagli italiani. La collina di Plakas vicino ad Antimaxia è diventata rifugio per questi ed altri tipi di uccelli.

Le terme | Kos è l'unica sede termale delle isole del Dodecanneso e dispone di tre tipi di terme. Si trovano a Agios Fokas, a Piso Thermes e a Kokkinonerò.

Il museo archeologico | Si trova in Piazza Elefteria in centro. Oltre a tanti reperti storici si può ammirare anche il capo della Dea Ira.

Rodi ISOLA SENZA TEMPO

È la più orientale delle isole del Mar Egeo e la maggiore dell'arcipelago del Dodecanneso. È senza dubbio una delle isole greche più conosciute, meta ogni anno di migliaia di turisti che arrivano da tutta Europa e da tutto il mondo. Un'isola internazionale ma dal sapore tradizionale, attuale e senza tempo, fantasmagorica e contemporanea. Inevitabile lasciarsi catturare dal suo fascino.

Fra storia e natura | La città vecchia di Rodi, Mandraki, l'Acropoli di Lindos, l'antica Kamiros e Ialissos i Kilada con la valle delle farfalle, Filerimos... sono i grandi tesori dell'isola, un continuo invito alla scoperta di una natura che lascia senza fiato per la sua bellezza infinita.

Un patrimonio dell'umanità | Rodi fa parte dell'eredità della cultura mondiale tutelata dall'UNESCO (World Heritage Towns). Bizantini, veneti, greci, italiani e turchi hanno lasciato qui la loro impronta facendo diventare quest'isola una meta desiderata da ogni viaggiatore. La città vecchia di Rodi è un'eredità mondiale dal valore inestimabile, dove ogni pietra è antica 2.400 anni. I segni lasciati dalle varie culture che passarono per quest'isola ci regalano soprattutto statue antiche, busti di marmo, il Viale dei Cavalieri e il Palazzo del Grande Maestro, Moschee e hammam e la torre dell'orologio con la sua vista stupenda.



Il Castello e la Via dei Cavalieri | Rodi si sviluppava attorno al porto più importante dell'isola, allora chiamato 'Emporiò, protetta da bastioni forti ed imponenti. Durante il dominio dei Cavalieri nella città risiedevano Greci ed una piccola comunità di Ebrei mentre i Cavalieri occupavano il Castello, centro amministrativo e religioso dell'isola. Questo conteneva edifici di funzioni diverse come l'Armeria, l'Ospedale e, il più importante di tutti, il palazzo del grande Maestro. Costruzioni importanti del castello erano anche le residenze, che contenevano le dimore e le sale di riunioni di Cavalieri della stessa nazionalità. La via dei Cavalieri è la più importante e imponente della città vecchia di Rodi ed ha mantenuto la bellezza dei tempi del medioevo.

Nella movida di Mandraki | È la città moderna di Rodi nella zona del porto, dove si possono ammirare gli imponenti edifici del periodo dell'occupazione italiana, sede oggi di uffici pubblici. Il Teatro Comunale e il Mercato Nuovo ma da non perdere sono il complesso del Palazzo del Governo, la Chiesa di San Giovanni (oggi dell'Evangelismos) cioè dell'Annunciazione il faro di San Nicola (1464-1467), i tre mulini a vento medioevali all'estremità del molo e anche la moschea di Murat Reis. Infine guardando al lungomare, si scorgono i suggestivi edifici del Comune costruiti dagli italiani: la nuova Agorà, la Banca di Grecia, il Tribunale, il Comune, il Teatro Nazionale e il suggestivo Grande Albergo delle Rose, il Casino di Rodi e un po' più avanti l'acquario, abbracciati da una delle più imponenti e frequentate piazze della città.

Karpathos

L'ISOLA DEL SILENZIO, DELLE ONDE E DEL VENTO

GREECE
ALL TIME CLASSIC

Secondo la Mitologia, il primo abitante dell'isola fu Giapeto, figlio di Urano e di Gea. Fu abitata per la prima volta in età neolitica e dall'epoca omerica era conosciuta come Anemoessa (sferzata dai venti). La sua storia è collegata a quella di Rodi e del Dodecaneso. Franchi, turchi e italiani furono i suoi conquistatori principali.

Passeggiare nella cittadina | In giro per l'isola si possono ammirare imponenti vestigia del passato come l'Eparchio (Palazzo della Provincia), costruito dagli italiani e che ospita un museo all'aperto con ritrovamenti delle varie fasi storiche dell'isola. Al Vounos, all'entrata del porto, si incontra invece un'imponente rupe alta 23 metri con i resti dell'acropoli dell'antica Poseidon Agli Haghi Apostoli, c'è invece la chiesa più importante di Pigadia mentre ad Afotis (sulla strada litoranea) si incontrano i resti della basilica paleocristiana di Aghia Fotini.

In giro per l'isola | Il lungo percorso che si snoda attraverso Karpatos permette di diversificare ogni giorno il tema del soggiorno e soprattutto di andare alla scoperta di un patrimonio ancora sconosciuto ai più. Un'occasione quindi per arricchire il proprio patrimonio culturale con una vacanza diversa dal solito.

Aperi | La vista panoramica sulla sommità della collina dove si trovava l'acropoli di Karpathos antica. Il villaggio di Volada, con case tradizionali. Interessanti nella stessa zona i resti di tre fortezze. La baia di Achata, con una bella spiaggia e i resti di un santuario antico. La chiesa della Kyrá Panaghia, nell'omonimo villaggio.

Othos | Villaggio a un'altitudine di 510 m, che spesso si perde nelle nuvole. Qui è da visitare il Museo del folklore. È un villaggio famoso per le feste tradizionali. Da non perdere le sagre di Aghios Gheorghios Methystis il 3 novembre. A sud ovest c'è il villaggio di Pyles, immerso in giardini, da cui godere un meraviglioso tramonto.

Lefkos | Pittoresco villaggio costiero circondato da una pineta e con una bella spiaggia molto frequentata. Da vedere l'acropoli in località 'Pelekitò' con mura e mosaici. Sokastro, isola che un tempo era penisola, con resti bizantini e medievali. Si dice che lì avesse la sua base l'imperatore bizantino Niceforo Fokas.

Messochori | Villaggio situato al centro dell'isola. Ha strade lastricate e case tradizionali, con cortili pavimentati a ciottoli. Il loro interno è ornato con rari tessuti e ricami locali fatti a mano, assomigliando così a piccoli musei.

Spoa | Villaggio al centro dell'isola disposto ad anfiteatro sul versante di un monte, con vista sul mare.

Olympos | Molte persone arrivano a Karpathos solo per recarsi ad Olympos, uno dei più bei villaggi della Grecia, per seguire in particolare un percorso naturalistico di una bellezza straordinaria. Olympos fu fondato nel XV secolo in un paesaggio selvaggio e gli abitanti del luogo vivono e vestono ancora alla maniera di quel tempo. Tutto il villaggio è un museo etnologico vivente, un vero e proprio monumento.

Diafani | È il secondo porto dell'isola. Merita una visita la tomba Micenea, a 500 m a sud-est. Molte belle le chiese di Aghios Nikolaos, della Zoodochos Pighi con le cupole rosse e quella di Aghios Vassilios.

Menetes | Villaggio che ha dato i natali a illustri suonatori e costruttori della lira tipica di Karpathos. Il villaggio possiede una Collezione Archeologica con vasi, sculture ed icone rinvenuti nella zona.

Makrys Yalos | Zona ricca di spiagge che attirano i surfers per il loro sport. Una delle più popolari è quella di Afiartis. In località 'Fourni' vicino all'aeroporto è stata localizzata parte di un insediamento minoico.

Arkassa | Villaggio che conserva il nome dell'antichità, senza aver cambiato ubicazione. Davanti all'abitato si trova la piccola penisola dell'acropoli antica.



Che Meraviglia: una na



servizio a cura di Laura Colognesi

MSC Crociere ha varato a Le Havre più grande nave mai costruita da un armatore europeo

L'ultima 'meraviglia' dei mari ha già preso il largo e sta navigando da qualche giorno nel Mediterraneo. È la MSC Meraviglia, l'unità della flotta MSC Crociere varata a Le Havre per mano di Sofia Loren nel corso di una sfavillante cerimonia.

Un microcosmo esclusivo di ultima generazione, una nave da crociera (la più grande mai realizzata in Europa) progettata per diventare una destinazione in sé, adatta per tutte le stagioni. Costruita nei cantieri francesi STX di Saint Nazaire e costata oltre 700 milioni, MSC Meraviglia, con una stazza lorda di 171.598 tonnellate e una capacità massima di 5.714 passeggeri, nel 2017 navigherà solo nel Mediterraneo (Genova-Napoli-Messina-Malta-Barcellona-Marsiglia). Appena saliti a bordo, MSC for me, lo strumento 'digital way finder', tramite l'utilizzo di bracciali interattivi che connettono gli ospiti ai servizi della nave, con consigli e informazioni geolocalizzate attraverso 3.050 trasmettitori bluetooth, consente di organizzare senza spostarsi le esperienze sia in mare sia in terra. La tecnologia è si-

mile a quella delle mappe intelligenti e permette di spostarsi su navi lunghe oltre 300 metri con una precisione di 5 metri oltre che localizzare i propri bimbi, a seconda delle necessità, utilizzando il riconoscimento facciale intelligente, una tecnologia sviluppata in linea con le più recenti normative sulla privacy che consente anche di aumentare la sicurezza in mare.

Fra tutte le funzioni, in primis, consente al personale di bordo di prendersi cura degli ospiti in maniera altamente personalizzata. In alcuni negozi della nave sarà anche possibile provare virtualmente gli abiti prima di acquistarli.

Lusso, tecnologia e benessere di alto livello contraddistinguono il primo MSC Yacht Club su tre ponti, la novità assoluta di MSC Meraviglia, la 'Nave all'interno della nave', una soluzione all'insegna dell'esclusività e della privacy, con 96 suite (anche a due piani con jacuzzi esterna privata sul balcone), maggiordomo 24 ore su 24, stanza per trattamenti benessere ad uso esclusivo all'interno della MSC Aurea Spa, ristorante privato e piscina privata e solarium sul ponte superiore. Variegata e adatta a tutte le esigenze la scelta fra le altre dieci differenti tipologie di cabine a scelta: modulari intelligenti e singole. Progettata dall'architetto di fama

ve per tutte le stagioni

internazionale Marco De Jorio 'per ricreare un ambiente urbano', la Galleria Meraviglia è una sbalorditiva promenade in stile mediterraneo caratterizzata da un soffitto in Led lungo 80 metri in grado di creare suggestivi e avvolgenti atmosfere 24 ore su 24. Un cielo di proiezioni senza sosta con effetti speciali, il punto nevralgico della socialità a bordo. Un mondo 'parallelo' alla vita reale, in cui si sale a bordo senza doversi più preoccupare di nulla, dal quale è difficile scendere.

Dall'11 giugno MSC Meraviglia salpa ogni domenica alla scoperta delle bellezze del Mediterraneo occidentale, attraccando a Genova, Napoli, Messina, Malta, Barcellona, Marsiglia, sei destinazioni ricche di storia, cultura, artigianato ed enogastronomia, con escursioni adatte a ospiti di tutte le età, con una vasta scelta che va dal relax all'esplorazione panoramica fino alle avventure più dinamiche. Per chi vuole rimanere a bordo, per la prima volta una nave MSC Crociere è dotata di ben sette aree dedicate a bambini (in partnership con Chicco e Lego) e teenagers, tutte raggruppate al ponte 18, non stop h 10-23, mentre al ponte sottostante si scopre un fantastico 'superamusement park' con zona sportiva, pista da bowling, simulatore di volo e di F1, cinema 4D e sala giochi.

Relax senza sosta nelle 4 piscine (di cui una coperta), fra cui la Horizon Pool (ponte 16), con viste spettacolari dalla poppa della nave che di notte si trasforma in area dance per aspettare l'alba sotto un tappeto di stelle. Di classe l'MSC Aurea Spa, sul ponte 7, un esclusivo centro benessere balinese con interni esotici, impreziosito da pietre naturali, preziosi legni e ricchi mosaici.

Per la prima volta MSC Crociere lancia una nuova espe-

rienza termale con trattamenti relax, tonic, purify e excite. L'area termale è dotata di sauna, bagni di vapore mediterraneo e bagni turchi, camere fredde, area relax, stanza del sale e docce aromatiche che lavano e coccolano il corpo con profumi delicati e colori vivaci.

Dodici ristoranti tematici accontentano i palati dai più raffinati ai più casual, con il Marketplace Buffet, aperto 20 ore al giorno. Discreti e riservati, il Butcher's Cut, concepito come uno steakhouse, propone carni prelibate con birre artigianali e corposi vini americani, con una scenografica cucina a vista; il Kaito Teppanyaki, in moderno stile East-West di cucina giapponese che prende vita attraverso quattro griglie teppanyaki usate dagli chef per creare uno spettacolo visivo e, infine, il Kaito Sushi Bar, descritto come il 'miglior sushi sul mare' dalla Berlitz Complete Guide to Cruising & Cruise Ships, servirà i più freschi piatti di sushi, sashimi e tempura preparati da chef esperti di cucina giapponese. Sei inediti spettacoli con ballerini internazionali in stile Broadway per sette notti a settimana, all'interno del magnifico teatro Broadway da 985 posti a sedere. Per la prima volta a bordo di una nave di MSC Crociere, il teatro principale ospiterà una band che suonerà dal vivo, dando alle performances una profondità di sensazioni mai vista prima. Novità assoluta, l'esclusiva partnership con i leader mondiali dell'intrattenimento artistico: il Cirque du Soleil che si esibirà in otto spettacoli (non riproducibili al di fuori della flotta MSC) disponibili solo sulle quattro navi di generazione Meraviglia della Compagnia. Gli spettacoli avranno luogo nel Carousel Lounge, lo spazio progettato dall'architetto di fama internazionale Marco De Jorio.

MSC meraviglia in pillole

Varo: 3 giugno 2017, Le Havre (FRANCIA) | **Rotta 2017:** Genova-Napoli-Messina-Malta-Barcellona-Marsiglia
3 anni di progettazione | 26 mesi in costruzione | 35,000 tonnellate di acciaio | 9,000 tonnellate di componenti elettroniche
50 mega-blocchi | 315 metri di lunghezza | 19 ponti e una capacità di oltre 5,700 passeggeri
MSC Yacht Club, tecnologia di ultima generazione e Cirque du Soleil

Piano da 9 miliardi con 11 nuove navi entro il 2026

Msc Crociere spinge sull'acceleratore con un Piano industriale da 9 miliardi di euro per la costruzione di 11 nuove unità entro il 2026, annunciato da Pierfrancesco Vago, presidente esecutivo di Msc Crociere al varo di Msc Meraviglia nel porto normanno di Le Havre, in concomitanza con il cinquecentenario della sua fondazione.

Msc Meraviglia, lusso, arte e tecnologia, è la tredicesima ammiraglia della flotta e la prima dell'ambizioso Piano industriale 2017 - 2026 della compagnia di Gianluigi Aponte. "A dicembre sarà varata a Miami la Msc Seaside, progettata con immensi spazi esterni per risaltare il clima dei Tropici, poi la Seaview a Civitavecchia a giugno 2018 e, infine, la Msc Bellissima a marzo 2019 - ha dichiarato Gianni Onorato, AD di Msc Crociere. Una flotta "in continua crescita costituita da 13 unità che navigano in 194 itinerari nel mondo in 86 Paesi - ha proseguito Vago - e 170 nazionalità ospitate a bordo, con una crescita di passeggeri quasi raddoppiata negli ultimi 10 anni (dai 12,6 milioni del 2007 ai 25,3 milioni attuali), commercializzata in 67 Paesi con la previsione di 25.000 nuovi posti di lavoro entro il 2026 e oltre 6,5 milioni raccolti per Unicef sino ad ora". Con un'attenzione particolare "per le oltre



La madrina Sophia Loren taglia il nastro con il Presidente Esecutivo del Gruppo MSC Gianluigi Aponte

Le fasi della costruzione

Marzo 2014 - MSC Crociere firma con STX France per la realizzazione delle navi di generazione Meraviglia

Aprile 2015 - Viene celebrato il taglio della prima lamiera di MSC Meraviglia nei cantieri di Saint Nazaire, in Francia

Febbraio 2016 - Viene celebrata la tradizionale coin ceremony (cerimonia della moneta) nei cantieri

Marzo 2016 - Viene installato il 'bulbo' sulla prua della nave

Giugno 2016 - Gli innovativi 'Azipod' vengono installati
Tutte le 2.244 cabine vengono installate

Settembre 2016 - La nave tocca per la prima volta l'acqua con la 'floating out ceremony'

Dicembre 2016 - Viene ultimato il soffitto a LED sul mare più lungo al mondo

Marzo 2017 - La nave effettua le prime prove in mare

Aprile 2017 - La nave completa con successo anche la seconda e ultima sessione di prove in mare

Maggio 2017 - La nave viene consegnata ad MSC Crociere con la tradizionale 'flag ceremony'

Giugno 2017 - La nave viene battezzata nel porto di Le Havre il 3 giugno 2017

8.000 adv italiane che vendono Msc - ha spiegato Leonardo Massa, Country manager di Msc Italia - che saranno invitate costantemente a bordo per visitare Meraviglia, che nel 2017 navigherà solo nel Mediterraneo (Genova-Napoli-Messina-Malta-Barcellona-Marsiglia)". Ma l'ulteriore salto di qualità sarà "la costruzione, entro il 2022, della prima World Class - annunciata da Vago - nei cantieri Stx France, a cui ne seguiranno altre tre fra il 2024 e 2026 con stazza da 200mila tonnellate in grado di ospitare oltre 6.500 passeggeri con l'inedita progettazione a forma di Y per realizzare le lunghe e scenografiche promenade interne ed esterne mai realizzate finora su una nave".

il Giornale del Mice

MEETING • INCENTIVE • CONFERENCE • EXHIBITIONS

in collaborazione con



Convention Bureau Napoli Il MICE alla conquista del Golfo



Un 'club di prodotto' nato dall'iniziativa privata per rilanciare a Napoli il segmento MICE e collocare il capoluogo partenopeo e il territorio circostante fra le principali destinazioni del turismo congressuale italiano ed internazionale. È la mission di Convention Bureau Napoli, una start-up di operatori privati nata a novembre 2015 grazie all'iniziativa delle principali imprese del settore alberghiero, dei viaggi, dell'organizzazione eventi, catering e trasporti allo scopo di valorizzare l'offerta congressuale della città. Ad oggi, il Sud Italia si caratterizza per una quota di mercato bassa, pari al 10% circa, per l'organizzazione di eventi: la città di Napoli, grazie all'attrattività propria del territorio ed al costante potenziamento sia dei collegamenti aeroportuali che ferroviari, rappresenta oggi uno dei principali attrattori per favorire in tal senso la crescita del territorio. Rispondendo all'esigenza di un'offerta turistica integrata e coordinata, l'obiettivo del CBN è essere l'unico interlocutore di riferimento per meeting planner italiani e stranieri, al fine di attrarre il profittevole e qualificato mondo dei congressi e dei grandi eventi. Far crescere il turismo congressuale a Napoli significa anche fare da volano di sviluppo dell'intera industria turistica, per il miglioramento dell'accoglienza della città, con una ricaduta positiva sull'indotto complessivo dell'economia locale. In questo primo anno e mezzo di attività, il CB Napoli ha lavorato sulla promozione della città e sulla percezione di Napoli da parte del mercato straniero - non più meta turistica o di passaggio per altre destinazioni della Regione Campania, ma destinazione professionale ed organizzata per l'organizzazione di eventi, congressi, viaggi di incentivazione e team building. Per quanto riguarda il mercato italiano, l'obiettivo di questi anni è far sapere che a Napoli esiste un unico interlocutore a cui rivolgersi quale consulente a titolo gratuito per l'organizzazione di ogni tipo di evento in grado di coordinare l'offerta dei singoli operatori locali.



Presidente



General Manager



Executive Junior Assistant



Junior Assistant

INIZIATIVE PRINCIPALI

- ✓ Partecipazione a fiere di settore MICE e workshop nazionali ed internazionali (BMT e BIT, IMEX Francoforte, IBTM Barcelona e Abu Dhabi, EMEC - European Meetings & Events Conference, ECM - European Cities Marketing, The Meeting Show UK): alcune delle suddette iniziative sono state realizzate in affiliazione al Convention Bureau Italia ed altre in sinergia con il Comune di Napoli e/o la Regione Campania;
- ✓ Il CBN è da pochi giorni partner ufficiale della BMT e collaborerà nella selezione dei buyers e nell'organizzazione di workshop e seminari per l'edizione 2018;
- ✓ Organizzazione fam trip e post-tour con operatori nazionali ed internazionali con il supporto della Regione Campania;

- ✓ Organizzazione format di team building per aziende e agenzie di organizzazione congressuale nazionali;
- ✓ Costante confronto con le destinazioni MICE italiane iscritte a CB Italia attraverso l'Italian Destinations Retreat;
- ✓ Programmazione di corsi di formazione per gli operatori della filiera.

CBN: GIOVANE MA GIÀ PROTAGONISTA

Il CBN è stato l'unico interlocutore per il MICE in occasione della realizzazione progetto Napoli 2020, promosso dall'Assessore al Turismo e alla Cultura di Napoli e sponsorizzato dall'Aeroporto Internazionale della città per realizzare i principali obiettivi strategici del capoluogo partenopeo per i prossimi 5 anni: fra i 10 punti prioritari, è ovviamente previsto lo sviluppo del mercato congressuale (www.napoliturismo2020.it).

Il Convention Bureau Napoli è iscritto a Convention Bureau Italia, a SITE (Society Incentive Travel Executives) e a MPI (Meeting Professionals International), di cui il Direttore CBN, Giovanna Lucherini, è stata Presidente del Capitolo Italia nell'anno 2015/2016.

Prima edizione del DIGITAL MICE

Una giornata all'insegna di dibattiti e contenuti quella che il prossimo 13 settembre ospiteranno gli East End Studios di Milano per la prima edizione di DIGITAL MICE - Next Season by Qt, l'evento che ha l'obiettivo di proiettare il settore della meeting & event industry nel futuro del digital con un'attenzione a tematiche fondamentali quali sostenibilità & innovazione, formazione & startup. CBN sarà non solo sponsor ma Giovanna Lucherini, Direttore Convention Bureau Napoli, interverrà nel seminario "Smart City Smart Congress" con rappresentanti di altre destinazioni dove si parlerà del rapporto tra sostenibilità di una destinazione per eventi e l'acquisizione di congressi internazionali.

Previsti 16 seminari, quattro per ognuna delle 4 macro aree individuate: Mice - Digital - Sostenibilità&Innovazione - Formazione&Startup. "Obiettivo di DIGITAL MICE - spiega Jacopo Anghi, CEO Qualitytravel - è quello proiettare la meeting & event industry nel futuro del digital creando al contempo uno spazio reale, un momento di incontro e aggiornamento per i protagonisti del settore, che non li renderà semplici spettatori passivi, ma li proietterà al centro della scena. All'interno dei 16 seminari i vertici delle maggiori agenzie di eventi, aziende, hotel, associazioni di categoria e convention bureau nazionali, avranno l'occasione di dibattere su alcune tematiche calde legate al mondo Mice: l'evoluzione del rapporto tra agenzie e aziende, il cambiamento imposto dal digitale nel modo di concepire e organizzare un evento, l'impatto della realtà virtuale e della sharing economy, o il crescente ruolo delle Ota nel business travel". Ancora il ruolo di banche e fondazioni, con l'intervento di UniCredit e Cariplo Factory, delle Università e degli acceleratori, nel percorso che porta alla creazione di startup milionarie anche in ambito turistico. Per chiudere con il tema della sostenibilità legata all'innovazione: cosa rende davvero una destinazione, un hotel o una location per eventi sostenibile? Come queste scelte possono favorire l'acquisizione di grandi congressi internazionali? A che punto è l'Italia rispetto ai competitor europei? Quale il ruolo delle certificazioni in tutto questo? Sono attesi oltre 500 partecipanti alla manifestazione di cui oltre il 50% appartenenti al mondo corporate e delle agenzie di eventi ma che guarderà anche in altre direzioni.

I NOSTRI SOCI E PARTNER

SOCI

I soci attualmente rappresentanti dal Convention Bureau Napoli sono 24; 22 aziende tra hotel 4 e 5 stelle, agenzie di viaggi, agenzie di organizzazione congressuale, aziende di allestimenti, catering, trasporti.

HOTEL 5 stelle

Grand Hotel Parker's
Grand Hotel Vesuvio
L'Albergo della Regina Isabella

HOTEL 4 stelle

Grand Hotel Oriente
Grand Hotel Santa Lucia
Hotel Nuvò
Hotel Serius
Starhotels Terminus
Luxury Art Resort Galleria Umberto
Hotel Magri's
Palazzo Caracciolo
Palazzo Esedra
Renaissance Hotel Mediterraneo
Royal Continental

AGENZIE DI VIAGGI

Cima Tour
Fancy Tour

AGENZIE DI ORGANIZZAZIONE CONGRESSUALE

Cima Tour
Sistema Congressi
Solaria Service
Studioesse

CATERING

Galà Eventi
Sire Ricevimenti

AGENZIE DI SERVIZI CONGRESSUALI

Alfonso Scuotto Group S.r.l. - Allestimenti

TRASPORTI

Aeroporto Internazionale di Napoli
City Sightseeing Napoli

PARTNER

SEDI CONGRESSUALI

Città della Scienza
Mostra d'Oltremare

SEDI UNCONVENTIONAL

Archivio della Fondazione Banco di Napoli
Galleria Borbonica
Catacombe di Napoli
Complesso Monumentale Donnaregina
Museo Filangieri
Museo Nazionale Ferroviario di Pietrarsa
Palazzo Zevallos Stigliano

MEDIA PARTNER

Il Giornale del Turismo Magazine



CONVENTION BUREAU NAPOLI Palazzina Pegaso, Viale F. R. di Calabria
80144 Napoli - Tel. 081 78 96 13 35 - info@cbnapoli.it - www.cbnapoli.it

#MeetinNaples
#Napoli



www.cbnapoli.it

Il richiamo delle isole...



*Seychelles Tourism Board,
Via Pindaro 28N, 00125 Roma,
Tel: 065090135, Fax: 0650935201,
email: info-turismo.it@seychelles.travel,
www.seychelles.travel*



the seychelles islands
another world

Il ritorno del Ventaglio: 26 st

Svelto il nuovo progetto che fa capo ad un fondo internazionale di private equity e imprenditori italiani. Si parte subito e si punta a 100mila ospiti entro ottobre

“**B**attiti oltre la soglia di attenzione”. Scherza così Enzo Carella mentre gioca con il braccialetto al suo polso per provare ad allentare la tensione prima di affrontare la platea di giornalisti a cui svelerà il disegno del nuovo Ventaglio, lo storico tour operator che fu di Bruno Colombo e di cui è stato rilevato il marchio da una cordata formata al 65% dal fondo internazionale di private equity Luga Audit e al 35% da imprenditori italiani non meglio specificati ma, dice, appartenente al mondo dei servizi.

Enzo Carella appunto, storico manager della vecchia azienda, chiamato ‘per caso’ dalla nuova proprietà ‘ignara’, rivela, dell’antico incarico e dell’impegno anche suo nel portare in alto uno dei tour operator che hanno fatto la storia del turismo in Italia. Nella nuova avventura, per il manager, fresco di saluti ad UVET, è stato ritagliato il ruolo di vicepresidente di Ventaglio spa, il brand che rappresenta il tour operator nella scatola di VentaGroup, la società costituita dai nuovi investitori nella quale si trovano il tour operator appunto e Ventaglio Hotel & Resorts, compagnia alberghiera che seleziona le strutture e svolge opera di consulenza sales&marketing a favore delle proprietà alberghiere.

CLUB E RESORT

Ventaglio inizialmente punterà su strutture che sono suddivise nei due format VentaClub e Ventaglio Resort: 17 quelle selezionate in Italia e 9 nel mondo.

Il mercato vedrà quindi il ventaglio biancorosso sventolare di nuovo così come ci sarà un nuovo jingle da mandare a memoria, confezionato dal cantante Tony Esposito.

“Puntiamo a diventare il brand di riferimento dello stile italiano delle vacanze nel mondo - ha spiegato Carella - Il catalogo 2017-2018 raccoglie 26 strutture in Italia e nel mondo, selezionate in luoghi straordinari, con resort dalla qualità certificata e un’organizzazione mirata su ogni particolare per garantire agli ospiti esperienze uniche. Ventaglio con questo nuovo progetto punta a valorizzare ogni singola struttura affinché ogni partner possa crescere in maniera organica e guardare allo sviluppo futuro con fiducia”. Il business di partenza della neonata

società prevede contratti con formule di proprietà, gestione e management delle strutture stesse. Le strutture sono suddivise nei due format VentaClub e Ventaglio Resort. “Già da questa estate - ha aggiunto Carella - in Italia entreranno nella programmazione le strutture in Puglia, Calabria, Sicilia, Sardegna, Toscana e montagna. All’estero spiccheranno mete molto note agli italiani: Bodrum in Turchia, Mykonos in Grecia, Djerba in Tunisia, Sharm el Sheikh e Marsa Alam sul mar Rosso, Watamu in Kenya e Holbox Island in Messico”. Per l’estate 2017 e comunque entro ottobre, si prevede di raggiungere quota 100mila ospiti grazie ad un milione di room night e ai 6.000 partner distributivi in Italia e all’estero.

LA NUOVA COMPAGINE SOCIETARIA

Il vernissage milanese è servito anche per sgombrare il campo da ipotesi anche fantasiose sulla nuova proprietà del marchio del Ventaglio che la nuova proprietà ha ac-



Renato Giovannini e Enzo Carella

LA SQUADRA MANAGER

Renato Giovannini	Presidente VentaGroup spa
Ignazio Abrignani	Presidente Ventaglio spa
Enzo Carella	Vice Presidente Ventaglio spa – CEO IVV srl
Roberto Maiorano	CEO Ventaglio spa
Massimo Pacielli	Vice Presidente Ventaglio spa – Pres. IVV srl
Piergiacomo Bianchi	Product Designer Manager
Davide Rampello	Maker of Hospitality models
Luigi Grillo	Financial Development VentaGroup spa
Giorgio Uccellini	Director of Tourism Service
Damir Asovic	Design Architect
Giuliana Gutturioelli	Production designer
Ennio Nicolucci	Media Strategy and Planning Manager
Ciro Manzo	Health & Safety Manager
Monica Solimeno	Marketing Strategist

Strutture in Italia e nel mondo

quisito per la cifra di 250mila euro.

Renato Giovannini, docente alla Sda Bocconi, è il presidente di VentaGroup spa, la holding proprietaria di tutti i marchi riferiti alla nuova realtà imprenditoriale di cui è capofila Logaudit. Oltre Giovannini, il management vede la presenza, fra gli altri, del presidente Commissione Attività produttive, Commercio e Turismo alla Camera, Ignazio Abrignani, che sarà presidente di Ventaglio spa.

Lo stesso Giovannini ha spiegato che il progetto 'nuovo Ventaglio' nasce da un lavoro svolto negli ultimi 24 mesi con la voglia di creare un'azienda internazionale che vanta un fondo d'investimento estero come azionista di controllo. "Io rappresento la proprietà e credo sia possibile rilanciare questo marchio ricalcando lo stesso spirito di un tempo". Pochi gli indizi sull'investimento iniziale, valutato fra uno e cinque milioni di euro per la prima fase del progetto di cui saranno tirate le somme il 31 ottobre. La società parte con una squadra di 35 dipendenti e prevede di riuscire a movimentare 60 milioni di euro a chiusura del primo bilancio da qui ad ottobre prossimo.

ATTENZIONE DEL MERCATO

Fuori, al momento, dalle rappresentanze di categoria, Ventaglio punta forte sulla distribuzione nella consapevolezza, anche a livello di prodotto e strategie, del mutare dei tempi rispetto alla precedente vita del marchio. "Partiamo con la consapevolezza che il brand è ancor forte e riconosciuto. Non sarà semplice, ma abbiamo la giusta dose di forza e coraggio per affrontare la sfida, il mercato ci seguirà con grande attenzione - prevede Carella che aggiunge - In queste settimane stiamo incontrando le agenzie di viaggi per avviare il percorso di collaborazione. Siamo come un bambino appena nato e servirà tempo per crescere. Certo ci vuole coraggio a partire a stagione avviata, ma il piano è stato valutato a fondo. Comunque stiamo trovando tanti tifosi sul nostro percorso, dalle agenzie ai fornitori". La società sta già portando avanti un piano che prevede l'acquisizione di alcune strutture ricettive che andranno ad integrare quelle già in gestione e dal prossimo anno partirà anche un progetto lusso dedicato al mondo incoming.

Antonio Del Piano

LE STRUTTURE

Fra Ventaclub e Ventaglio Resort, ecco l'elenco delle 26 strutture presenti nel primo catalogo Ventaglio:

PUGLIA

Gusmay Resort - Peschici
Campoverde - i San Cataldo
19 Resort - Santa Cesarea Terme

CALABRIA

Sant'Andrea Golf Resort - Sant'Andrea dello Ionio
Baia degli Dei - Capo Rizzuto
Infinity Resort - Tropea

SICILIA

Acacia Resort - Campofelice di Roccella
Tonnara di Bonigia - Valderice
Blue Bay - Cefalù

SARDEGNA

Grande Baia Resort - San Teodoro
Colonna Resort - Porto Cervo
Country & Sporting Club - Porto Cervo
Colonna Beach Hotel - Golfo di Marinella

TOSCANA

Lacona - Isola d'Elba
Le Picchiaie - Isola d'Elba
La Mandola - Isola di Capraia

LOMBARDIA

Intermonti - Livigno



Bodrum Park

TURCHIA

Bodrum Park - Bodrum

TUNISIA

Djerba Golf Resort & Spa - Djerba

MAR ROSSO

Abu Dabbab - Marsa Alam
Grand Royal Sharm - Sharm el Sheik

GRECIA

Aphrodite Beach - Mykonos

KENYA

Leopard Point Beach Resort - Malindi
Garoda - Watamu

MESSICO

Holbox Dream - Holbox Island
Serenity Eco Luxury Camp - Xpu-Ha, Tulum

Piano piano riparte l'Egitto

Il presidente di ASTOI conferma la ripresa, sia pur lenta. Niente aumenti per il visto turistico, almeno fino a ottobre. Intanto la Grecia si prende la scena dell'estate, Italia bene ma non benissimo

Estate 2017: scocca l'ora del ritorno in Egitto? E nel Mediterraneo, che aria tira? A piccoli passi, sembra che la Terra dei Faraoni e soprattutto il mar Rosso stiano cominciando a ripartire, grazie anche alla campagna di rilancio messa in campo dal Governo egiziano. A fare il punto della situazione è il presidente di ASTOI Confindustria Viaggi, Nardo Filippetti:

“Nelle partenze verso l'Egitto, rileviamo e confermiamo una crescita quotidiana costante, anche se non eclatante, della destinazione Mar Rosso, sia per Marsa Alam che Sharm El Sheikh - sottolinea il numero uno degli imprenditori del turismo aderenti a Confindustria - Una ripresa attesa e auspicata da tour operator e agenzie di viaggio. Sicuramente la campagna di comunicazione messa in atto dall'Ente del Turismo ha contribuito a realizzare questo incremento nelle prenotazioni; per un bi-

lancio positivo dell'anno 2017, anche se certamente non paragonabile agli anni passati, dovrà essere confermata la continuità di tali risultati fino a fine anno”.

Le risposte fornite alla domanda di sicurezza si stanno rivelando efficaci?

“L'Egitto ha fatto grandi investimenti in tal senso. Ricontriamo un maggior controllo, maggior attenzione e sensibilità nelle aree turistiche in tema di sicurezza”.

Sono confermate le nuove disposizioni sul visto turistico che gli operatori avevano chiesto di rimandare?

“In riferimento all'ipotizzato aumento del visto turistico da 25 a 60 dollari, ASTOI a febbraio ha inviato una lettera al Ministro del Turismo Egiziano, Mohamed Yehia Rashed, per evidenziare il fatto che un incremento così importante vanificherebbe gli sforzi finora profusi dagli operatori e dallo stesso Ministero, pregiudicando la ripresa in atto dei flussi turistici. In occasione dell'ITB di Berlino, insieme al Vice Presidente Vicario, Pier Ezhaya, abbiamo incontrato il Ministro che ci ha rassicurati sulla tematica affermando che non verranno adottate misure che possano ostacolare la ripresa o danneggiare il turismo. Sappiamo, ad oggi, che il costo del visto turistico non subirà variazioni fino ad ottobre 2017”.

Per quanto riguarda le altre richieste fatte al Governo egiziano, quale è stata la risposta?

“Abbiamo un ottimo e proficuo rapporto di collaborazione con il Ministro Egiziano del Turismo e con il Governo; i nostri dialoghi e collaborazioni su tutte le tematiche sono in corso e positive. Abbiamo supportato la realizzazione e il lancio della campagna di comunicazione e sosteniamo le iniziative per rilanciare e sostenere i flussi turistici verso la destinazione”.

Quali sono le aspettative degli stessi t.o. nell'auspicio che non intervengano ulteriori fattori esterni a modificare i destini della stagione?

“Augurandoci, appunto, che non intervengano ulteriori fatti esterni che possano incidere negativamente sulla ripresa della destinazione, siamo cautamente ottimisti e quindi le nostre aspettative sono positive”.

È possibile confermare già a questo punto della stagione il ruolo da protagonista del prodotto Italia sotto i suoi diversi aspetti?

“In base al nostro Osservatorio, la Grecia è la destinazione protagonista per l'estate 2017 rispetto ai dati della scorsa stagione. L'Italia anche quest'anno realizza performance positive e cresce ma, partendo da un dato 2016 già molto positivo, non ha realizzato i numeri che alcuni operatori preventivavano. La Spagna, seppur realizzando un discreto andamento, ha subito un rallentamento delle prenotazioni dovuto ad un innalzamento significativo dei prezzi”.

Antonio Del Piano



Nardo Filippetti

goturkey.com



Kaputas Beach, Turchia

#HomeOf

Repubblica di Turchia, Ministero della Cultura e del Turismo

Turchia

HOME OF TURCHESE

TURCHIA - UFFICIO CULTURA E INFORMAZIONI | PIAZZA DELLA REPUBBLICA, 55-56 00185 ROMA
Tel: (06) 487 13 93 - (06) 487 11 90 Fax: (06) 488 24 25 | www.turchia.it - turchia@turchia.it

Malta destinazione per italiani

La Valletta

L'Italia è il secondo mercato per il turismo a Malta, con oltre 315 mila arrivi nel 2016, a più 11,5% anno su anno e il 16% del totale, con un buon mix di stagionalità, anche se, ovviamente, è l'estate a farla da padrone, con il 37,7% degli arrivi, seguita dalla primavera, con il 24,8%, dall'autunno, con il 21,3%, e l'inverno, con il 16,2%. "Un lavoro che sta pagando in due direzioni" afferma il direttore del Malta Tourism Authority per l'Italia Claude Zammit Trevisan, ovvero "con una continua crescita (nel 2015 era già cresciuto del 7,7%, ndr) del mercato ma anche con una buona destagionalizzazione che cambia con un marketing di qualità, con il quale lavoriamo continuamente su tutti i segmenti di mercato". Tra i quali vince naturalmente il turismo balneare seguito vicino dalla cultura, anche se sono molti importanti per il mercato tricolore la visita di amici e parenti, per il 10,8% del totale arrivi, stessa percentuale dei viaggi d'affari, "ma con una spesa tripla rispetto al turista medio e che aiuta molto la destagionalizzazione dell'arcipelago; se in estate siamo cresciuti del 7%, i mesi invernali hanno visto invece un più 18%" afferma il ceo Mta Paul Bugeja, i corsi di lingua, al 6% del totale, con un forte impatto sulla media dei pernottamenti, ad oggi 6,1 notti di media, con quasi 2 milioni di pernottamenti. Molto bene anche la motivazione sportiva, con lo scuba diving a contare per ben il 4,3% del totale, seguito dagli altri sport, al 2,6%, e dal benessere al 2%. Mercato italiano dove vi sono ben quattro compagnie aeree che volano su Malta, ovvero Air Malta, Alitalia, easyJet e Ryanair su 14 aeroporti; Bari, Bergamo, Bologna, Catania, Milano Linate e Malpensa, Napoli, Palermo, Pisa, Roma Ciampino e Fiumicino, Trapani, Torino e Treviso, "e



sono importanti anche i collegamenti marittimi con Pozzallo" sottolinea Zammit Trevisan, che sarà in crescita nei prossimi anni con un aumento di passaggi previsti. Malgrado queste rotte via mare però sono i lombardi i maggiori visitatori dell'isola, rappresentando il 28% degli arrivi totali, seguiti dai laziali, al 15,9%, dai veneti, al 10,4%, dai piemontesi, all'8,1%, dagli emiliani, al 7,5%, dai toscani, al 6,9% e, solo al settimo posto totale i siciliani, con il 5,2%. Solo decimi i campani, con il 2,7% del totale. "Il mondo trade rimane ancora molto importante, soprattutto per alcuni segmenti, e conta per circa il 27,2% degli arrivi con prenotazioni offline, mentre sono il 29,7% quelli che prenotano con soggetti esclusivamente online. Sono infine il 50,7% coloro che prenotano direttamente

con le strutture alberghiere” spiega Zammit Trevisan. In totale sono quasi due milioni gli arrivi dell’arcipelago, con 15 milioni di pernottamenti, con un 2016 che ha messo a segno il suo settimo anno consecutivo di crescita, “con un più 11% anno su anno, dopo che anche il 2015 aveva visto un più 5% sull’anno prima” commenta Bugeja, che sottolinea come questa cifra sia “quattro volte la popolazione delle isole” Numero uno di Mta che ha poi snocciato altri numeri sul turismo maltese, ovvero gli oltre 620 mila croceristi sbarcati dalle navi a Valletta, il 1,7 miliardi di euro spesi per l’accomodation, su cui anche qui pesa sempre di più Airbnb e le società correlate, “con cui stiamo cercando di stabilire regole condivise anche se per il momento non c’è nulla di ufficiale” dice il ceo di Mta. Pernottamenti che vedono gli italiani preferire, e di gran lunga, l’isola principale, ovvero Malta, con il 90,4% delle notti trascorse, con il 5,7% che hanno pernottato in entrambe le isole e il 3,9% che sono rimasti solo a Gozo, con una preponderanza di case in affitto, mentre su Malta si prediligono gli hotel 4 stelle; “dopotutto è molto facile visitare Gozo, così come Comino e Cominotto, in giornata, visto i comodi passaggi in traghetto e barca tra le isole attivi tutta la notte” commenta Zammit Trevisan. Buone connessioni aeree, per il 43,7% dei visitatori, insieme alla nuova ‘destinazione’ Gozo,



Blue Lagoon

per il 62,3%, e un buon rapporto ‘value for money’, sono le ragioni che hanno spinto i turisti a visitare l’arcipelago, che lo “scoprono” principalmente online, per il 52,2%, ed ecco l’importanza della forte presenza dell’ente sul web e sui social, che aiutano le raccomandazioni degli amici e parenti, che pesano per ben il 42,7% di chi si informa, e per il 17,8% da brochure o dai siti degli operatori. Visitatori che si dicono assolutamente contenti per la scelta delle loro vacanze, con il 22,2% che addirittura afferma che la destinazione abbia superato anche le loro aspettative, per il 60,5% assolutamente in linea con ciò che si attendevano. Oltre ai soliti canali media e di advertising, Mta si promuove anche con iniziative inusuali, come quella dello scorso anno quando con Malta Tailor Made for you “ci siamo recati con un sarto che faceva camicie tailor Made per i ceo delle grandi agenzie” dice Zammit Trevisan, che ribadisce invece l’iniziativa di quest’anno, ‘Malta prepara la valigia’, rivolto agli uffici programmazione, “dove andremo accompagnati da un maggiordomo che darà suggerimenti per come preparare la valigia per un incontro Mice a Malta”. Tante inoltre le attività di comarketing personalizzate organizzate.

Cristina Nerelli



L’eccellenza di Gozo

Gozo, isola piuttosto differente rispetto a quella principale dell’arcipelago, più agricola e meno costruita, presenta diverse eccellenze per i visitatori tra cui il resort Cinque Stelle Ta’Cenc, una struttura di bungalow che si estende su diversi ettari di terreno, in posizione panoramica, ma con spiaggia privata raggiungibile a piedi o con un minibus in soli cinque minuti di strada.

Il Ta’Cenc, immerso in una macchia mediterranea, propone camere doppie e famigliari in bungalow di pietra o in strutture simil-trulli di grande eleganza. Belle le piscine, tra cui una riscaldata con angolo idromassaggio e il centro benessere e spa. Ma l’eccellenza a Gozo la si trova anche tavola; per il pesce al Tmun situato proprio al porto dell’isola, con un cucina mediterranea rivisitata, mentre per chi vuole immergersi nella vera tradizione culinaria, ed enologica, maltese e gozitana ecco il Ta’Frenc, fattoria nel cuore dell’isola ristrutturata finemente, con una cantina piuttosto importante, che ha da qualche anno aperto la caccia alla prima stella Michelin dell’arcipelago, dove non ce ne sono (ancora). Perché tra le ragioni perché gli italiani dicono di aver scelto una vacanza a Malta vi è anche la Enogastronomia. E hanno ragione!



GOZO

Francoforte la Manhattan d'Europa



Chi immagina Francoforte solo come città dove sono raggruppate tutte le banche del mondo, o legata esclusivamente al business congressuale, è fuori strada. La città sa anche divertirsi e prendersi meno sul serio. Qualcuno dice che i tedeschi sono come le formiche, che appena vedono un raggio di sole, sbucano in massa e si godono il calore e la spensieratezza delle belle giornate, specialmente in primavera ed in estate. Va da sé che anche chi è in città per lavoro, troverà oltre a com-

petenza e professionalità, una rosa di possibilità di svago e divertimento a portata di mano. Arrivare a Francoforte da tutta Europa, è facile anche grazie ai nuovissimi collegamenti di Ryanair che utilizzano l'aeroporto di Hahn, collegato alla città con un servizio di pullman. Basta guardarsi attorno, la città è bella, moderna e piena di verde pubblico, un richiamo per quanti vogliono sdraiarsi su un bel prato e rinfrescarsi all'ombra di un platano, meglio se a bordo fiume, che è anche luogo di aggregazione, tra localini e ristoranti originali e trendy come Oosten o Gerbermühle. Un appuntamento da non perdere per chi ama il 'folk', è il tradizionale festival che ogni anno attira visitatori verso i parchi della città, per festeggiare quella che è comunemente ritenuta la 'festa nazionale' di Francoforte. La fiera popolare, che si tiene ogni anno all'inizio di giugno, è anche nota per i suoi numerosi Biergärten,

All'ombra dei nuovi grattacieli che ne hanno ridefinito la skyline, la città tedesca sul fiume Meno è sempre più meta di turisti che ne apprezzano l'anima verde ma anche gli appuntamenti dedicati a food & wine



dove si spazia dal popolare sidro a tutte le sue varianti, fino a drink alla moda e cocktail estivi. Mentre per concludere in bellezza la stagione, a fine estate, i viticoltori della regione del Rheingau allestiscono un negozio lungo la Freßgass, per presentare le loro ultime creazioni vinicole. Oltre 600 varietà di vino rosso, bianco e spumante sono disponibili per la degustazione e l'acquisto presso il Rheingau Wine Market (dal 30 agosto al 8 settembre), dove gli intenditori sono interessati al famoso Riesling del Rheingau. Queste e mille altre cose offre Francoforte, ma su una cosa non si può prescindere, scegliere esperienze originali, come i venerdì sera in cucina con lo chef Gregorio De Paolo del ristorante Gusto al Villa Kennedy, splendida struttura alberghiera della catena Rocco Forte Hotel. Dove tra un piatto e l'altro, imparare i segreti della cucina italiana ed allo stesso tempo assaporare prelibatezze impensabili per il palato. Non è l'unico motivo per apprezzare l'hotel: infatti soggiornare a Villa Kennedy è anche vivere la semplicità dell'eleganza, tra gusto e sobrietà mai eccessivi, un piacere da godere nella spa, o nel cortile interno, come un salotto, fino al JFK bar o al ristorante da mille e una notte.

Annalisa Tirrito

giostre e spettacoli dal vivo.

Palmer Garten è tra i parchi più belli, una passeggiata tra specie botaniche di ogni dove, protette da serre e divise per zone geografiche o all'aperto se adatte al clima. Una via dedicata al cibo, soprannominata Food Street, è luogo d'incontro informale di businessmen e banchieri della city, tra griffe d'alta moda, ma vicino al consumismo. Tanta storia è raccontata nei musei di città, affacciati in invidiabile posizione in riva al fiume Meno. Una città in continuo movimento, dove i lavori in corso sono sotto gli occhi di tutti, e ne confermano il piano di ricostruzione e rinnovamento. Sveltano i grattacieli, che hanno ormai ridisegnato lo skyline, come una Manhattan europea.

Bevanda tipica è orgoglio della città è senza dubbio l'Apple Wine, che giustifica un Festival in programma quest'anno tra l'11 e il 20 agosto nel cuore di Francoforte,

Dall'Italia con Ryanair

Ryanair ha favorito l'incremento del movimento turistico europeo toccando anche mete come Francoforte.

La compagnia aerea, leader in Italia, ha annunciato recentemente l'acquisto di ulteriori dieci Boeing 737 Max 200 'Gamechanger', cinque dei quali saranno disponibili dalla prima metà del 2019, mentre gli altri cinque nei primi sei mesi del 2020. Ryanair vola con prezzi low cost ad Hahn- Francoforte, da Roma, Milano, Napoli, Venezia, Trapani, Pescara, ecc. La programmazione del vettore per l'estate 2017 continua a registrare prenotazioni record, on maggiori frequenze verso destinazioni perfette per le vacanze estive delle famiglie, tariffe più basse grazie al minor costo del carburante e una migliorata esperienza per il cliente. www.ryanair.com

Alta Velocità a Napoli Afragola



NUMERI E COSTI

L'investimento economico per l'appalto relativo a questa prima fase è stato di 60 milioni di euro. Saranno 18 per ora le coppie di treni AV che collegheranno la stazione con le principali città della Torino - Salerno, oltre che con Venezia e Reggio Calabria. In 55 minuti è possibile raggiungere Roma Termini. Con l'attivazione della seconda fase prevista nel 2022, il nuovo scalo diventerà il nodo di interscambio tra l'Alta Velocità Torino - Salerno, la nuova linea Napoli - Bari, la Circumvesuviana e i treni regionali da e per Caserta, Benevento e Napoli Nord. Afragola. Avrà a disposizione anche 1.400 posti auto. A regime, lo scalo, servirà un bacino urbano di circa 3 milioni di abitanti.

I COLLEGAMENTI

32 treni su 36 fermeranno in entrambe le stazioni, anche perché servono bacini d'utenza e territori complementari, ma diversi tra loro. La nuova stazione Napoli Afragola sarà a servizio delle province a Nord di Napoli e dei territori di Caserta, Avellino e Benevento, garantendo collegamenti diretti verso Roma e, attraverso la cosiddetta bretella Nord/Sud, verso Salerno e Reggio Calabria.

Nello specifico, i servizi di Trenitalia sono:

- 2 coppie Milano - Salerno, di cui una con fermata a Napoli solo ad Afragola;
- 1 coppia Roma Termini - Reggio Calabria con fermata a Napoli solo ad Afragola;
- 5 coppie Torino / Milano - Napoli Centrale;
- 1 coppia Venezia Santa Lucia - Napoli Centrale.

I servizi di NTV sono:

- 6 coppie Torino / Milano - Napoli Centrale;
- 1 coppia Napoli Centrale - Venezia Santa Lucia;
- 3 collegamenti Torino - Salerno (di cui 1 attivo dal 6 agosto al 26 agosto);
- 1 collegamento Napoli - Verona.



È finalmente operativa la stazione Alta Velocità 'La Porta del Sud' di Napoli-Afragola, inaugurata all'inizio di giugno dal Presidente del Consiglio Paolo Gentiloni insieme al Ministro delle Infrastrutture e dei Trasporti Graziano Delrio, al Presidente e all'AD FS,

Gioia Ghezzi e Renato Mazzoncini e all'AD di Trenitalia Barbara Morgante. Il nuovo snodo ferroviario accoglie dal mese scorso già 36 collegamenti nord/sud (sommando le linee Trenitalia e NTV), secondo un orario che, come annunciato dagli amministratori di FS, è destinato ad aumentare nei prossimi mesi. Un progetto ambizioso quello firmato dall'archistar di fama mondiale Zaha Hadid, vincitrice nel 2003 di un concorso internazionale indetto da FS Italiane per disegnare la stazione di Napoli-Afragola. L'opera si sviluppa su una superficie di oltre 30 mila metri quadrati su 4 livelli. Il primo livello è dedicato alla circolazione ferroviaria, il secondo ospiterà biglietterie e servizi per i viaggiatori, il terzo e il quarto livello ospiteranno i servizi commerciali, che saranno aperti progressivamente. La CNN ha inserito la stazione 'La Porta di Napoli' tra le opere più belle e attese del 2017, "destinata a ridefinire i viaggi in treno, almeno stilisticamente, con la sua facciata bianca scultorea che somiglia a un serpente".

Inaugurata la stazione 'La Porta del Sud'. Trentasei i collegamenti nord/sud già programmati, servirà un bacino di utenza di circa 3 milioni di abitanti



6.000 adv su TraghettiGDS

TraghettiGDS, ultimo nato della famiglia di Prenotazioni 24, a soli due anni dal suo lancio sul mercato è fonte di grande soddisfazione. "Il sistema di booking traghetti creato ad hoc per le agenzie di viaggio continua a registrare consensi - spiega Silvia Cioni, direttore commerciale di Prenotazioni 24 - Ormai sono ben 6mila le agenzie che hanno fatto di TraghettiGDS lo strumento di lavoro preferenziale per l'acquisto di tutta la biglietteria marittima del Mediterraneo, apprezzandone caratteristiche quali immediatezza, praticità, funzionalità e completezza".

TREND ESTATE 2017

Intanto i risultati confermano le previsioni per il 2017. "Già ad inizio anno la tendenza delle prenotazioni lasciava intendere che Sardegna, Sicilia e l'Elba sarebbero state le destinazioni regine del Mar Italia mentre nel panorama estero segnaliamo una grande crescita per Grecia ed Albania, quest'ultima protagonista di un incremento anche in termini di linee e compagnie marittime attive verso questa destinazione".



NEWS

È un 2017 all'insegna delle novità per Traghettilines.it, altro brand di Prenotazioni 24 ma dedicato al mercato B2C: "Siamo diventati azienda solidale attivando donazioni e raccolte fondi per alcune ONLUS italiane - annuncia Silvia Cioni - in questo modo i nostri utenti possono offrire il proprio contributo direttamente online. Abbiamo lanciato il nostro primo spot attraverso uno dei principali network televisivi nazionali e di recente abbiamo arricchito il nostro portfolio convenzioni stipulando una partnership con Europcar, leader europeo del noleggio auto".

Registri Subito a
www.traghettidgs.it



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

**Attivazione e Utilizzo Gratuiti, rapida Comparazione dei Prezzi e
Commissioni Immediate su ogni Vendita sia per Individuali che per Gruppi!**

traghettiGDS
40 compagnie di navigazione

IL SISTEMA DI DISTRIBUZIONE GLOBALE DEI TRAGHETTI E DEGLI ALISCAFI

INCOMING

Ho la barca, vado a Capri



È la meta italiana per eccellenza del turismo d'élite. Si potrebbe quasi dire che se sei ricco (o, per stare ai tempi, un vip) e non sei mai stato sull'isola Azzurra, al tuo curriculum manca qualcosa. Dovevano pensarla così anche gli antichi Romani, visto che da queste parti l'imperatore Tiberio venne a trascorrere la sua vecchiaia e Caligola pure ci soggiornò. Parliamo di Capri, una delle tre perle del Golfo di Napoli che, nell'epoca del turismo di massa, riesce a conservare le sue peculiarità di meta d'eccellenza, tutto sommato abbastanza ben difesa dall'assalto del turismo low cost. Un'isola il cui mito riecheggia ai quattro angoli del mondo se è vero che qualsiasi turista straniero a cui viene chiesto quale isola italiana conosce o visiterebbe, difficilmente indicherebbe qualcosa diverso da Capri. L'arrivo di regnanti, capitani d'industria, industriali in genere, attori, sportivi e politici (ovviamente), è la normale e quotidiana amministrazione di questo lembo di terra circondato dalle acque che ospita i Faraglioni e la Grotta Azzurra più famosa del mondo. E chi arriva via mare, lo fa spesso con

È la meta dei sogni per ogni turista e destinazione privilegiata di un turismo 'high spend' che arriva a bordo di lussuose imbarcazioni e transita per lo Yacht Club. L'isola fra vip, mare e famose regate



mezzi propri. Il turismo nautico è uno dei fiori all'occhiello di Capri e trova nello Yacht Club Capri uno dei suoi punti di riferimento.

Il presidente dello YCC, Marino Lembo ci racconta dal suo osservatorio privilegiato, come è cambiato questo fenomeno sull'isola nel corso degli anni.

“La società cambia e quindi cambiano anche abitudini e tendenze, tra queste anche le tipologie di vacanza e vacanzieri. Un discorso che vale anche per il turismo nautico che, con la nascita del nostro club, siamo riusciti a captare ancor prima di tante altre località turistiche d'eccellenza. Oggi è diventato uno spartiacque nel sistema dei flussi turistici isolani. Le regate che puntualmente nel mese di maggio, ormai da dieci anni, portano sull'isola i

grandi nomi della vela, costituiscono anche un importante indotto economico per l'intera azienda Capri".

Un tempo si raccontava dell'attracco a Capri del panfilo o dello yacht di principi arabi e grandi imprenditori, oggi invece fanno notizia le imbarcazioni di piloti automobilistici, calciatori, magnati a volte anche di dubbia fama. Quello nautico si può ancora considerare un turismo d'élite o, come tutti i fenomeni sociali, è andato incontro ad una sorta di massificazione, sia pur controllata visti i costi comunque di un certo livello?

"Capri esce sicuramente da questo contesto - spiega Lembo - l'isola si difende da sola, il nostro Porto Turistico è un vero e proprio fiore all'occhiello e per accedervi è abbastanza articolato. Bisogna prenotare con largo anticipo o avere un contratto annuale e le imbarcazioni che possono ormeggiare devono avere una lunghezza massima di 60 metri. Quindi è impossibile, anche per la sua limitata grandezza, assistere ad una massificazione delle frequenze. Senza voler essere snob, siamo in grado di poter dire che il diportista che sceglie Capri è un amante dell'isola ed il nostro porto, insieme al nostro club, sono due punti d'eccellenza nel vasto panorama nautico italiano e non solo". Considerate le dimensioni dell'isola, Capri difficilmente potrà offrire ulteriori spazi di sviluppo per il segmento nautico.

"Per quanto riguarda la struttura sicuramente no, perché l'isola è piccola ed il porto è stato costruito seguendo certi parametri. Per quanto riguarda le gare veliche, credo che grazie alla Capri Rolex Sailing Week recentemente ospitata, abbiamo raggiunto il massimo delle competizioni veliche".



Proprio in occasione delle ultime regate è stata stretta una forte sinergia con circoli velici importanti come lo Yacht Club Italiano, il Circolo del Remo e della Vela Italia ed il Circolo Canottieri Aniene. "Un team di sodalizi che insieme al nostro Yacht Club Capri hanno fatto gareggiare nelle acque del Golfo grandi campioni e barche a vela d'élite". Lo Yacht Club Capri non è solo un punto di approdo per lussuosi natanti o per appuntamenti mondani ma è anche un motore propulsore di attività sull'isola e nel mare prospiciente.

"Il nostro obiettivo - spiega il Presidente dello YCC - è quello di far crescere la scuola vela per la nascita della quale il nostro sodalizio si è fortemente impegnato e sperare di vedere un giorno un grande velista che sia nato sull'isola e che abbia imparato questo sport così particolare nella nostra scuola velica".

Antonio Del Piano

SERVIZI

Globy aumenta le coperture

Allianz Global Assistance Italia arricchisce ulteriormente i prodotti Globy, continuando il suo lavoro finalizzato ad anticipare i trend del mercato e soddisfare in modo sempre attento e puntuale le esigenze di tutti i viaggiatori.

Dal 22 giugno Globy estende la gamma di prodotti e pacchetti disponibili, continuando ad offrire alle agenzie la possibilità di proporre ai loro clienti sicurezza e protezione da tutti gli imprevisti che possono accadere prima e durante il viaggio. In particolare, per venire incontro alle esigenze dei viaggiatori, si rafforzano i prodotti per l'annullamento Globy Giallo e Globy Verde, introducendo la cancellazione per atti di terrorismo.

Per garantire la massima flessibilità nelle prenotazioni, aumenta inoltre la protezione della biglietteria, lanciando Globy Ticket che copre l'annullamento della biglietteria aerea, marittima e ferroviaria.

Il prodotto assicurativo di Allianz Global Assistance introduce la cancellazione per atti di terrorismo e aumenta la protezione sulla biglietteria

Migliorano anche i prodotti di assistenza e spese mediche: Globy Rosso e Globy Cento, infatti introducono l'aereo sanitario in tutto il mondo per garantire, in caso di rimpatrio, un livello di assistenza ancora più elevato.

Nasce inoltre Globy Rosso Plus che unisce in un'unica soluzione l'assistenza di qualità di Globy Rosso, migliorandola con una copertura ulteriore per le spese accessorie sostenute in caso di ricovero ospedaliero, ed aggiungendo inoltre la garanzia bagaglio e la protezione del cellulare.

Commerciali Turismo Italia in festa A Napoli è Summer Beach Party

Oltre 500 adv all'incontro con la nuova associazione che chiede la creazione di un albo di categoria e la creazione di un fondo di garanzia per i professionisti in attesa di ricollocazione

Un professionista non parla mai male della concorrenza. Un professionista usa i suoi punti di forza per differenziarsi dalla concorrenza'. È il mantra che CTI 'Commerciali Turismo Italia' sta diffondendo in tutta Italia e che caratterizza la campagna eventi e fidelizzazioni iniziata nella scorsa primavera. Per inaugurare la stagione estiva e presentare le novità in corso, l'associazione ha organizzato a fine giugno al Nabilah di Bacoli, in provincia di Napoli, un 'Summer Beach Party', evento di portata nazionale che ha visto la partecipazione di oltre 500 agenzie di viaggio e commerciali del settore. L'obiettivo era quello di riunire, per la prima volta nella storia del turismo, commerciali rappresentanti brand differenti, anche in concorrenza tra di loro, per valorizzare la professione e sviluppare sinergie con le Agenzie di Viaggi. "Questa è solo l'ultima di una serie di iniziative che CTI ha portato avanti dalla sua fondazione (febbraio 2017), supportate con entusiasmo anche da associazioni di categoria nazionali come Fiavet e Assotravel. - spiega Michele Riosa, presidente dell'associazione - Nel primo semestre del 2017 abbiamo realizzato diverse iniziative, come ad esempio il 'Travel Around', workshop formativo per le Adv.



Sono state coinvolte diverse regioni, tra cui Campania, Lazio, Toscana, Puglia e Calabria e oltre 700 agenti".

La mission di CTI è il riconoscimento ufficiale della figura professionale del Commerciale attraverso la creazione di un albo nazionale, nonché la partecipazione a tavoli di confronto con le Adv, le istituzioni e le associazioni nazionali di categoria. Ultimo, ma non certo per importanza, la creazione di un fondo di garanzia a sostegno dei commerciali associati in attesa di ricollocazione. Per i prossimi mesi sono previsti corsi di formazione e aggiornamento, la creazione del sito internet interattivo con area dedicata alle Adv e la creazione di un marchio di qualità.



LE NOSTRE OCCASIONI PER LA TUA ESTATE 2017

Vacanze da 9 notti / 11 giorni

EMIRATI ARABI

9 notti Dubai oppure Dubai + Abu Dhabi



€ 1.500

quota individuale in doppia

MESSICO MARE

9 notti Messico Mare

€ 1.800

quota individuale in doppia

ABU DHABI E SEYCHELLES

3 notti Abu Dhabi + 6 notti Mahé

€ 1.900

quota individuale in doppia

NEW YORK + REP. DOMINICANA

3 notti New York SOLO PERNOTTAMENTO + 6 notti Rep. Dominicana ALL INCLUSIVE

€ 1.990

quota individuale in doppia

MIAMI + CROCIERA MSC AI CARAIBI

2 notti Miami + 7 notti Crociera MSC Divina PENSIONE COMPLETA

€ 2.100

quota individuale in doppia

CUBA HAVANA + VARADERO

3 notti Havana + 6 notti Varadero

€ 2.200

quota individuale in doppia

DUBAI + MALDIVE

2 notti Dubai + 7 notti Maldive



€ 2.400

quota individuale in doppia

GIAPPONE ESSENZIALE

4 notti Tokyo + 1 notte Kanazawa + 3 notti Tokyo + 1 notte Osaka

€ 2.600

quota individuale in doppia

PERÙ IRRESISTIBILE

9 notti Tour

€ 3.300

quota individuale in doppia

Speciale Oriente 10 notti / 13 giorni

BANGKOK E KOH SAMUI

3 notti Bangkok + 7 notti Koh Samui

da € 1.295

quota individuale in doppia

SELF E EASY GIAPPONE

4 notti Tokyo + 4 notti Kyoto + 2 notti Osaka

da € 1.490

quota individuale in doppia



BOOKING Napoli 081 412020 – preventivi@iviaggidellairone.com



 **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