

il Giornale del Turismo & MICE magazine

FIERE
È già tempo di BMT

PRIMO PIANO
Ecco la novità
ADV UNITE

TOUR OPERATOR
Valtur secondo
Pagliara



Incredible India

Cinquemila anni di storia da raccontare

Scegli, prenota, viaggia.

Sardegna



Grecia



Spagna

Sicilia



Malta

30%*

di sconto diritti fissi esclusi

Per prenotazioni fino al
15/06/2019 sui collegamenti
per Sardegna, Sicilia,
Spagna, Grecia e Malta.



grimaldi-lines.com

* Sconto valido per partenze dall'11/01 al 14/06 e dal 16/09 al 15/12/2019.
Verifica le condizioni di applicabilità dell'offerta sul sito grimaldi-lines.com
L'offerta è soggetta a disponibilità limitata e può subire variazioni





Sommario

EDITORIALE

- 5** Per gestire le nostre aziende ora serve il libretto delle istruzioni Angioletto de Negri

IN COPERTINA

- 6** Magica India! Antonio Del Piano

FIERE

- 12** BMT: incontriamoci a Napoli adp

TRASPORTI

- 14** Turismo: la delega a Centinaio
- 24** Grimaldi Lines ama Leggere
- 25** Aeroporti: Italia da record adp
- 26** L'aeroporto di Bari per Matera2019

DISTRIBUZIONE

- 16** In Campania nasce ADV Unite Antonio Del Piano

TOUR OPERATOR

- 20** Valtur, parte l'era Pagliara Valentina Maresca
- 22** Sardatur Holiday va ad Uvet
- 30** Debutta Plateau International

MICE

- 28** Speciale Convention Bureau Napoli

ECONOMICA

- 32** Accordo Intesa Sanpaolo-Fipe

COMUNICAZIONE

- 33** Il travel su Media Hotel Radio

INCOMING

- 34** Toscana Promozione Turistica alla guida arriva Palumbo



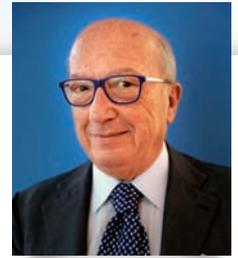
iviaggi dell'airone

since 1975



LO SPECIALISTA
DEI MARI LONTANI
E DEI VIAGGI SARTORIALI

BOOKING Napoli 081 412020 – preventivi@iviaggidellairone.com
www.iviaggidellairone.com



Per gestire le nostre aziende ora serve il libretto delle istruzioni

Il 2019 è iniziato sotto un'incessante tensione per il settore turismo, anche grazie alla crisi mai finita e le disposizioni dell'Unione Europea, le novità della IATA e chi più ne ha più ne metta.

Solo le testimonianze come quelle di Aironetour - I Viaggi dell'Airone e delle Aziende con la stessa cinquantennale anzianità di servizio possono confermare che tante problematiche del settore, tutte così concentrate in un solo periodo, non si sono mai viste! Se non altro per la scarsa chiarezza di queste nuove regole tutte da recepire bene per renderle operative subito.

Ma il peggio è che mentre in tutte le altre attività ci sono gli organismi preposti a fare chiarezza con le giuste spiegazioni e con tanto di 'libretto di istruzioni' da noi è il vero caos... ogni Associazione di categoria dice la sua l'una contro l'altra armata con in mezzo le povere agenzie di viaggio che ignorano i gravi rischi a cui vanno incontro se non si adeguano opportunamente a svolgere il proprio lavoro secondo le nuove norme.

In un nostro sondaggio sull'adeguatezza o meno delle agenzie alle nuove regole, sono venute fuori risposte veramente preoccupanti da parte di molte Agenzie ed anche di qualche tour operator del tipo: 'Cosa mi chiedi? Se ho la Polizza del Fondo di Garanzia? Noi non abbiamo neanche la Polizza di responsabilità Civile!' dimostra che il clima di alcune realtà del settore non è proprio ben adeguato alle nuove regole del momento, già in applicazione da vari giorni.

Non potrebbe essere il contrario però, vista la mole dei cambiamenti di regole tra la direttiva pacchetti U.E., le regole per la privacy, la fatturazione elettronica, l'entrata in funzione dell'Ndc la New Distribution Capability della IATA, la gestione fiscale delle Polizze Assicurative, il pagamento quindicinale della IATA etc. etc.

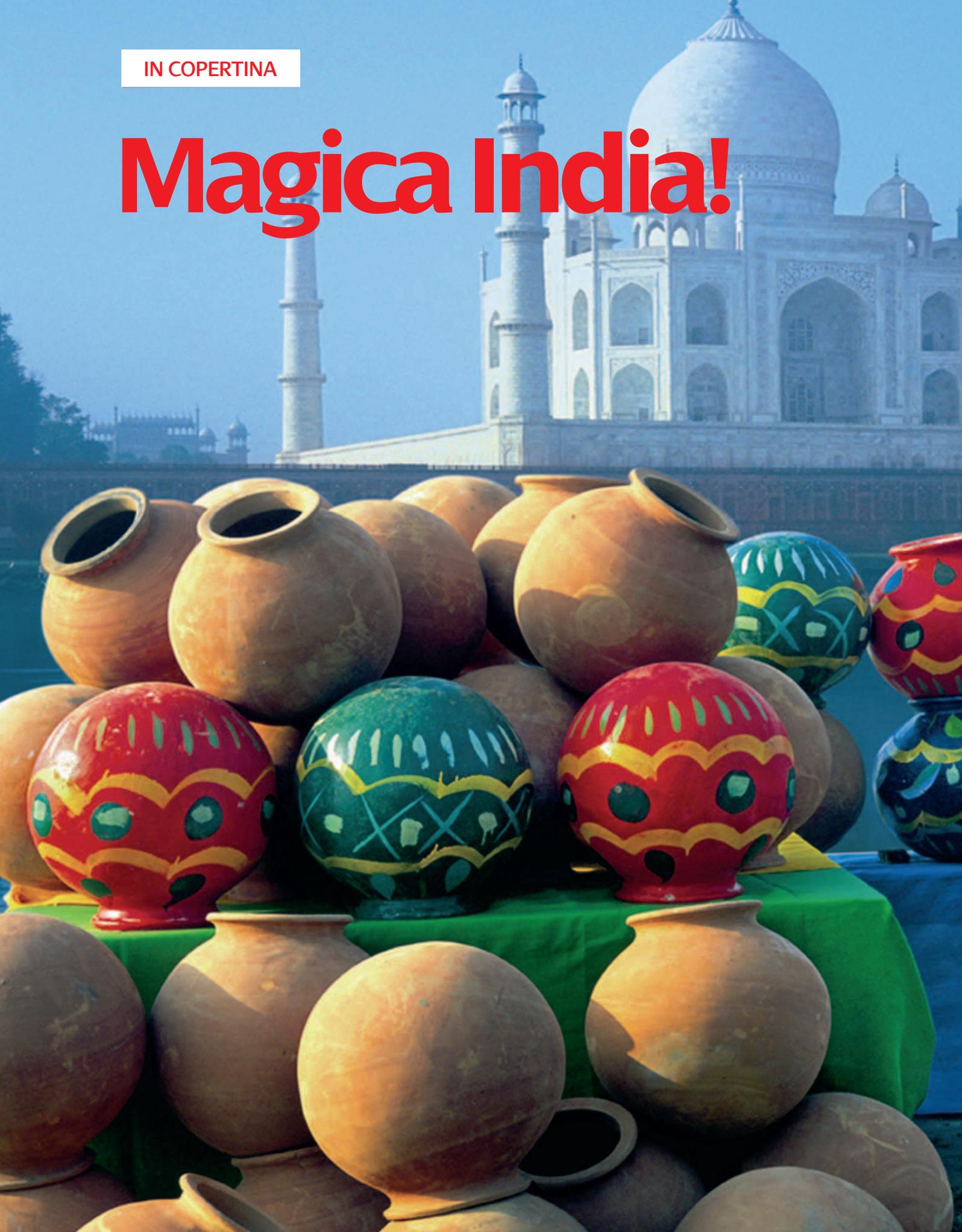
Di contro c'è una buona prospettiva di ripresa delle vendite in generale e quindi 'calma e gesso' cari colleghi, non tutti i mali vengono per nuocere... noi del turismo siamo rodati a tutto e quindi rimbocchiamoci le maniche e cerchiamo di uscirne più forti e capaci di prima.

Buona lettura del vostro Magazine .

Angioletto de Negri

IN COPERTINA

Magica India!



Le mille facce di una destinazione turistica con cinquemila anni di storia da raccontare

Servizio a cura di Antonio Del Piano

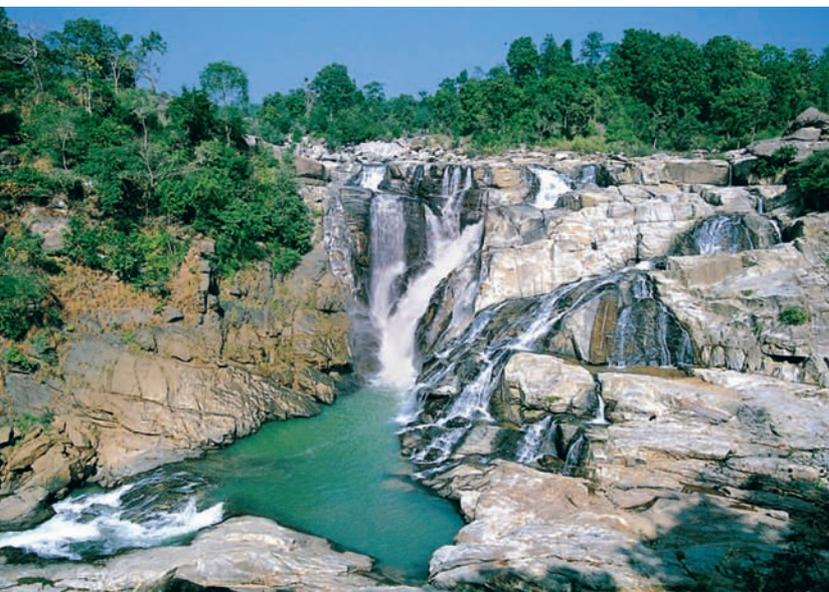
Una storia di oltre cinquemila anni, per un territorio che si estende dalle cime dell'Himalaya alle coste dell'Oceano Atlantico. È l'India, destinazione turistica straordinaria con ricco piatto di esperienze da offrire a tutti i tipi di viaggiatori, dalla settima meraviglia del mondo al Taj Mahal, ai palazzi artistici e ai forti realizzati centinaia di anni fa e ancora in piedi per raccontare la testimonianza del tempo e della ricca cultura e storia. Il territorio offre un vasto tratto di foreste che ospitano splendidi animali e presentano una natura generosa con una vasta gamma di parchi nazionali e santuari situati in lungo e in largo nel Paese.



La catena montuosa più alta al mondo con le sue montagne magiche è uno dei principali simboli di un Paese che offre una bellezza e una grandezza pittoresche e naturali uniche e di una nazione piena di tradizioni, costumi e fedi diverse. Un posto incantevole da visitare con tante cose da esplorare e da raggiungere tali da proporre un numero di esperienze che è difficile da trovare da altre parti al mondo.

UNA PASSEGGIATA NELLA STORIA

Tesoro di una delle più antiche civiltà del mondo, la ricca eredità dell'India è una confluenza onnicomprensiva di religioni, tradizioni e costumi. I punti salienti del patrimonio indiano si trovano nel tesoro della sua arte, dell'architettura, della danza classica, della musica, della flora e fauna e nell'innata filosofia secolare della sua gente. Una visita ai siti del pa-



trimonio indiano è come una passeggiata nella storia, dove lo scenario cambia con ogni dinastia che ha dominato il suolo indiano. La finezza del lavoro manuale, la ricchezza dei tessuti in seta e cotone, l'etnia dei gioielli... tutto è tramandato come eredità dei tempi antichi e viene mantenuto vivo generazione dopo generazione. Anche il cibo in India è un retaggio e parte del patrimonio indiano, diverso per aspetto e gusto in ogni stato di questo grande Paese.

TERRA DI SPIRITUALITÀ

In India spiritualità e religione fanno parte della vita quotidiana delle persone. Le credenze devozionali personali, i rituali e l'adorazione del tempio hanno

creato l'architettura più sorprendente. L'India è conosciuta per il suo passato ricco e il suo patrimonio culturale. Ogni dinastia che ha regnato sul suolo indiano ha lasciato il suo segno sotto forma di meraviglie architettoniche che sono oggi un fenomeno che i turisti vengono ad ammirare. Da nord a sud e da est a ovest, ogni stato risplende con diversi stili di templi, gurdwaras, moschee, monasteri e chiese, molti dei quali sono stati dichiarati siti storici per la loro antichità e artigianato. Una visita in India non sarebbe completa senza vedere la bellezza e la ricchezza di questi siti architettonici.

VACANZA ALL'AVVENTURA

L'India è la patria di diverse specie di animali selvatici e di uccelli e si può legare ad un viaggio il gusto dell'avventura visitando i luoghi che li ospitano. Un gran



numero di visitatori si affolla qui ogni anno per ammirare le riserve naturali caratterizzate da una flora rigogliosa e dalla fauna naturale e selvatica che annovera tutti i tipi di animali e uccelli migratori. Una passeggiata in questi luoghi fa sicuramente vivere una grande emozione e una grande avventura. Si tratta di posti unici dell'India che riescono a lasciare in soggezione chiunque per la loro bellezza.

IL CULTO DELLA SALUTE

Terra di pluralità culturale e di ricca saggezza antica, l'India è conosciuta per i suoi sistemi tradizionali di medicina che guardano in modo unico alla salute e al benessere. Da tempo immemorabile, i sistemi indiani di approccio preventivo e proattivo all'assistenza sanitaria sono stati apprezzati in tutto il mondo. Nel corso di diversi secoli, sono sopravvissuti e prosperati in India numerosi sistemi di medicina naturale che mirano alla sintesi tra la vita e la natura, senza pretendere l'aiuto di elementi artificiali o chimici. Con il



mondo che si rivolge a stili di vita più sani, questo sta diventando un importante attrattore per il settore turistico. Tra questi sistemi di medicina tradizionale e stile di vita, lo Yoga è la scienza del raggiungimento dell'unione assoluta con il divino. L'India è diventata il centro per l'Ayurveda, Yoga, Siddha, Naturopatia ecc. e gli ashram in tutto il paese accolgono i turisti che vogliono sfuggire alla vita frenetica e combinare le loro vacanze con un benessere olistico. L'India ha continuato ad arricchire questo inestimabile tesoro di conoscenze e pratiche rafforzando le organizzazioni di ricerca e implementando schemi di promozione, coltivazione e rigenerazione di piante ed erbe utilizzate in questi sistemi. Le pratiche sanitarie locali

vengono rivitalizzate nell'ambito di vari programmi e l'accreditamento di Naturopatia viene attuato meticolosamente. I Consigli centrali istituiti per i sistemi di medicinali indiani hanno intrapreso numerosi progetti di ricerca per stabilire le pratiche più scientifiche attraverso sperimentazioni cliniche. L'India si prepara con rinnovata dedizione e accoglie il mondo nel regno sublime della salute e del benessere.

ARTE PATRIMONIO DELL'UMANITÀ

L'India è conosciuta per la sua arte scultorea nelle grotte e per i suoi templi incastonati fra rocce e montagne fin dai tempi più antichi. L'architettura, la scultura e la pittura indiane sono andate di pari passo, e la sintesi è in nelle vere e proprie opere d'arte che è possibile ammirare oggi. L'amore per il colore e il design nella pittura, nella danza, nella musica o nel tea-



tro è sempre stato parte dell'anima indiana. I dipinti in miniatura risalgono all'11° e al 12° secolo d.C. L'arte indiana è profondamente radicata nella tradizione, nelle divinità, nei temi epici e anche nella guerra. La danza e la musica classica sono famose nel mondo per la loro magnificenza. Artigianato e tessuti mozzafiato sono portati a casa con molto piacere ed entusiasmo dai turisti che visitano l'India.

È un paese così vario, simboleggiato dalla pluralità della sua cultura. L'India ha una delle più grandi collezioni al mondo di canzoni, musica, danza, teatro, tradizioni popolari, arti dello spettacolo, riti e rituali, dipinti e scritti che sono conosciuti come 'Patrimonio culturale intangibile' dell'umanità.

NUTRIMENTO E BENESSERE

Apprezzato nei ristoranti, nelle strade o in casa, il cibo indiano è noto non solo per alcune delizie culinarie, ma anche per un vasto assortimento di piatti che lo rende davvero sorprendente con uno stile di cucina varia da regione a regione. Conosciuta per l'arte di usare le spezie giuste in ogni piatto, la cucina indiana è rinomata oltre che per il sapore, anche per il suo valore nutrizionale e medicinale. Si tratta di un'arte tramandata da generazioni e che quindi riflette una miscela di molte culture e civiltà. Grazie ai lunghi giorni estivi che caratterizzano l'India nella maggior parte dell'anno, vengono cucinati quattro pasti al giorno. Dalla colazione, che è leggermente più leggera, ai pasti pesanti (compresi i dolci) per il pranzo e la cena, intervallati da un high tea la sera, accompagnato con spuntini e dolci. Il Chai, che era normalmente bevuto nei villaggi, è diventato una bevanda richiesta in tutto il mondo.



Arrivi dall'Italia in crescita

Una destinazione che piace agli italiani che dell'India amano in particolare la storia e la natura. A tracciare il profilo del viaggiatore tipico è **Ajit Pal Singh**, assistente del direttore dell'**Ufficio del Turismo dell'India a Francoforte** che è competente anche per l'Italia.



Ajit Pal Singh

“Gli italiani che arrivano in India sono cresciuti di quasi il 20% negli ultimi tre anni. Le ultime rilevazioni vedono il loro numero sfiorare le 60.000 unità. La loro attenzione - aggiunge - è rivolta principalmente alla nostra storia, ai festival, ai trattamenti benessere, all'ayurveda e poi anche alla natura”. Per il 2019, l'offerta dell'India sarà orientata ai nuovi segmenti di nicchia che hanno attirato l'attenzione degli operatori nel corso del recente roadshow europeo: “Ci concentreremo in particolare sull'offerta dedicata al lusso, al benessere, all'avventura e cultura con attenzione speciale sarà riservata a destinazioni in grande ascesa come Kerala, le Andamane, Gujarat, Madhya Pradesh, la Regione del Nord-Est, Maharashtra e Odisha”.

Pal Singh fa sapere che è in aumento anche il numero dei tour operator italiani che rivolgono la loro attenzione all'India ai quali, nonostante la recente chiusura della sede di rappresentanza del turismo in India a Milano, non dovrebbe mancare l'assistenza: “Per loro - assicura Ajit Pal Singh - continueremo a mantenere lo stesso impegno dal nuovo ufficio di Francoforte”.



UN TURISMO ECOLOGICO

L'India sta lavorando duramente per proteggere i suoi beni naturali e sostenere le sue culture indigene. Il turismo sostiene anche le economie locali che dipendono da queste entrate. Esistono restrizioni sul numero di persone che possono entrare nell'area centrale delle foreste per non creare disturbo nel ciclo di vita della natura e della sua fauna selvatica. Viene fatta anche pressione sugli hotel per promuovere il riciclaggio, usando l'energia solare e il riutilizzo dell'acqua. Campi di vacanza, resort eco-compatibili in giungle, case sugli alberi in hotel e case galleggianti gestite da persone locali sono alcune delle opzioni per l'eco-turismo in varie destinazioni, offrendo sia sistemazioni di lusso che economiche.

Incredible!ndia

QUI C'È IL MEGLIO DEL MONDO

Si viaggia nel lusso dell'India, quando si visita il Taj Mahal, o si trascorre qualche giorno navigando sulle backwaters del Kerala o si naviga sul Brahmaputra nel nord-est. Il Rajasthan può essere visto in tutto il suo splendore con un soggiorno sul lago a Udaipur o nei palazzi di Jaipur e Jodhpur, o anche nel deserto di Jaisalmer. L'India è rinomata per la sua ospitalità e il servizio impeccabile. Si può godere della bellezza delle spiagge di Goa o delle isole Andamane e Nicobare. O lasciarsi coccolare in alcuni dei migliori centri termali e resort ayurvedici del mondo.

E se sei un golfista, l'India offre esperienze golfistiche esclusive con sistemazioni lussuose e servizi moderni. E perché non sentirsi un maharaja su un treno indiano mentre si va alla scoperta del triangolo d'oro. Se cerchi il meglio del mondo, l'India è pronta ad offrirtelo.



BMT: incontriamoci a Napoli



Si avvicina l'appuntamento con la BMT – Borsa Mediterranea del Turismo, il principale marketplace di primavera proposto dal mercato italiano agli operatori di settore che torna anche quest'anno alla Mostra d'Oltremare di Napoli per la sua ventitreesima edizione. Sull'onda della vivacità che caratterizza il mondo dell'impresa turistica, soprattutto nazionale, BMT quest'anno offre al suo pubblico privilegiato delle agenzie di viaggio, l'opportunità di incontrare protagonisti vecchi e nuovi della scena turistica per consolidare i rapporti e le scelte utili per la stagione che si appresta a partire. Da venerdì 22 a domenica 24 marzo, la manifestazione organizzata da Progetta ripropone il tradizionale schema con l'area espositiva riservata a tutto quanto fa turismo, dai tour operator alla start up impegnate soprattutto nella ricerca di una nuova tecnologia utile alle aziende del turismo ed a chi viaggia. Anche per questa edizione, l'area Incoming ospiterà i quattro workshop di prodotto dedicati all'Italia, ad Incentive & Congressi, alle Terme e Benessere ed al Turismo Sociale.

PRESENZA REALE DEI TOUR OPERATOR

BMT è uno dei pochi appuntamenti dove le agenzie di viaggio possono constatare l'effettiva presenza del tour operating. L'edizione 2019 della borsa non farà eccezione: fra conferme e ritorni, i primi operatori a confermare la loro presenza quest'anno sono stati MSC Crociere, Valtur, Nicolaus, Futura Vacanze, Kappa Viaggi, Seimondo, I Viaggi dell'Airone, Volonline, Naar, Alidays, Hertz, Skyteam ed altri continuano ad ag-

giungersi, anche dalle estero come hanno fatto per esempio Tailor Made T.O. di Londra, Travel Tour Operator, Partner Group, Trans Nordic Tours che arriverà dalla Danimarca. Presenti anche tutti i maggiori parchi a tema italiani e stranieri, da Gardaland a Disneyland, da Mirabilandia a Rainbow e Cinecittà World.

SI VOLA IN TUTTO IL MONDO

Compagnie aeree ed aeroporti porteranno a Napoli alcune interessanti novità. Proprio da Napoli e anche da Catania, per esempio, decollerà flydubay che per la prima volta porterà nel golfo arabo passeggeri in partenza dal capoluogo campano. E da Napoli decollerà anche la novità United Airlines per New York mettendo in evidenza ancora una volta le potenzialità e il grande sviluppo dello scalo partenopeo, notevolmente cresciuto negli ultimi anni. Altra compagnia in forte espansione e protagonista di BMT 2019 è Turkish Airlines che riproporrà il suo ampio network di collegamenti, uno dei principali al mondo.

IL RILANCIO DELL'EGITTO

In un momento di forte ripresa delle partenze, non poteva mancare alla BMT la presenza dell'Egitto che non ha mai abbandonato la fiera Progetta neanche nei momenti di crisi. Con l'inversione di tendenza ed



Dal 22 al 24 marzo l'appuntamento con l'unica borsa primaverile del turismo che vede l'effettiva partecipazione di tutti gli attori del sistema turistico



il ritorno della principale destinazione del Mediterraneo orientale, l'Egitto rilancia da Napoli il suo ruolo di cavallo di battaglia dell'estate 2019, forte della presenza di tanti tour operator che hanno ripreso a programmare la destinazione. Spazio anche ai topic trend del momento in tema di mete orientali con il Giappone e l'India su tutti. Accanto agli enti del turismo stranieri anche quest'anno si ripropone l'area dei consolati esteri che già nelle ultime edizioni ha favorito la presenza di numerose nuove destinazioni.

L'ITALIA IN VETRINA

La presenza del Trentino Alto Adige alla BMT è ormai una tradizione. Il rapporto con la Campania è storico ed è stato rilanciato dalla presenza del Calcio Napoli nella regione dolomitica per i ritiri precampionato. È per questo che lo stand ha attirato in questi anni e continuerà ad attirare l'interesse di numerosi operatori oltre che di visitatori della BMT. Per quest'anno è prevista allo stand la presenza diretta degli operatori incoming e delle Apt locali con un focus particolare sulla vacanza estiva plein air che al sud comincia a crescere. Altre due regioni particolarmente amate dagli italiani del centro sud sono l'Emilia Romagna e l'Umbria, ormai presenze consolidate in fiera così come la Toscana, rappresentata dalla Camera di Commercio di Pisa e dalle Strade del Vino. Accanto a loro è da segnalare il debutto di San Marino, una destinazione che non è italiana dal punto di vista storico e politico ma che rappresenta una naturale estensione di chi trascorre le sue vacanze sulla riviera adriatica. Fra i protagonisti di BMT non man-

cherà ovviamente Matera 2019, evento clou per il turismo dell'Italia meridionale. Nell'area Incoming si svilupperà l'offerta anche dei nuovi trend di mercato, in particolare del settore extralberghiero con la presenza di associazioni di B&B ed affittacamere.

MERCATI ESTERI: CONFERME E NOVITÀ

Ai tavoli dei workshop Incoming, la presenza della domanda estera sarà assicurata da circa 120 buyers di diverse provenienze, sia da mercati tradizionali che nuovi. Rispetto alle edizioni passate, quest'anno si registra un sensibile aumento di operatori americani interessati all'offerta e sono in aumento anche quelli provenienti dai Paesi della Scandinavia. Fra le novità invece, alla BMT arriveranno buyers da Svizzera, Olanda ed Israele. Per operatori stranieri è previsto un educational che seguirà la loro partecipazione alla BMT.

A TUTTA PIZZA

BMT rinnova la sinergia con il Napoli Pizza Village, ed offrirà anche quest'anno a tutti gli agenti di viaggio che visiteranno la borsa, la possibilità di degustare una pizza napoletana cotta in forno al legna ed una bibita, in un'apposita area dedicata.

COME ARRIVARE A NAPOLI

Anche per quest'anno, Trenitalia ha previsto uno sconto del 50% per chi volesse raggiungere Napoli per visitare la BMT. Lo sconto è valido solo nei giorni della manifestazione ed è riservato a chi è in possesso di regolare accredito. *(apd)*

Turismo: la delega a Centinaio



Gian Marco Centinaio

Il Consiglio dei Ministri ha concluso l'iter di trasferimento della responsabilità dal Mibac al Mifaat

Finalmente il Turismo conquista ufficialmente la posizione espressa dall'acronimo MIPAAFT (Ministero delle Politiche Agricole, Alimentari, Forestali e del Turismo).

“Dopo il parere favorevole del Consiglio di Stato - ha annunciato il ministro Gian Marco Centinaio - il Consiglio dei Ministri ha approvato il DPCM che disciplina l'organizzazione del Ministero delle politiche agricole, alimentari, forestali e del turismo. Si completa definitivamente il passaggio del dipartimento turismo dal MIBAC al MIPAAFT iniziato lo scorso luglio”. Centinaio accoglie con soddisfazione la ratifica di una posizione del Governo a cui nei fatti aveva già dato seguito da qualche mese: “Andiamo oltre le polemiche. A quanti non hanno mancato di criticare lo spostamento del settore sotto l'agricoltura, continueremo a dimostrare con i fatti come sia stata una scelta politica vincente. Rilanceremo il turismo, che avrà molta più importanza e dignità di quanta ne avesse fino ad ora”.

Il Dipartimento Turismo avrà la funzione di coordinare le linee di azione del Ministero in materia di turismo, anche al fine di favorire una politica integrata di valorizzazione del made in Italy e di promozione coerente e sostenibile del Sistema Italia, in raccordo con i diversi

Ministeri ed enti competenti. Inoltre dovrà curare il monitoraggio dell'andamento dei mercati in raccordo con le competenti Direzioni generali del Ministero dello sviluppo economico e gli enti competenti in materia e, nell'ambito di competenza del Ministero, svolgere attività di promozione delle eccellenze simbolo della qualità della vita e delle attrattive del territorio Italia. La decisione di spostare la delega di Governo dal Mibac al Mipaaf ha generato più commenti, sia favorevoli che contrari. Dopo l'annuncio della conclusione dell'iter per il passaggio di consegne fra i due ministeri, è intervenuto il presidente di Assoturismo Confesercenti, Vittorio Messina “Speriamo sia la volta buona e che si recuperi il tempo perduto - ha dichiarato - I ritardi dell'organizzazione del Ministero hanno determinato, purtroppo, una lunga pausa che ha rischiato di incidere negativamente rispetto all'esigenza di adottare precise strategie volte a supportare gli sforzi degli operatori del settore e ad accompagnare una fase di consolidamento dei risultati fin qui conseguiti”.

La missione, secondo Messina, è ben definita: “Occorre operare per un pronto rilancio del turismo nel nostro paese, tenuto conto dell'importanza che il settore riveste all'interno dell'economia nazionale e che oggi può rappresentare la vera locomotiva della crescita. Questo lo dobbiamo anche agli sforzi che gli operatori compiono ogni giorno per tenere alta la reputazione del nostro sistema turistico”.

È IN ARRIVO MSC BELLISSIMA
E ABBIAMO PIACERE DI PRESENTARTI UN NUOVO
MEMBRO DEL NOSTRO EQUIPAGGIO, ZOE,
LA NOSTRA ASSISTENTE DI CROCIERA PERSONALE VIRTUALE.



CONNECT. ENJOY. JUST BE.



**INCONTRA ZOE,
LA PRIMA VERA ASSISTENTE DI CROCIERA PERSONALE VIRTUALE.**

In esclusiva per MSC Crociere, ZOE è la più recente funzione interattiva di MSC for Me, un'esperienza di crociera digitale multicanale, che rivoluziona e personalizza il modo in cui gli ospiti possono accedere a tutte le informazioni sulla propria crociera.

Un'assistente vocale, gratuita, è disponibile in ogni cabina: ZOE può rispondere a centinaia di domande sulla vita di bordo, aiutare a prenotare ristoranti ed escursioni, a controllare il conto delle spese a bordo e tanto altro ancora. ZOE parla in ben sette lingue differenti. È facile da usare, basta dire "OK ZOE", ed è subito pronta ad aiutare.

Presentata per la prima volta su MSC Bellissima, ZOE è l'unica assistente personale virtuale dell'industria crocieristica ed è un'ulteriore dimostrazione di come MSC continui a superare le aspettative di tutti i propri ospiti con esperienze sempre innovative.



NON È UNA CROCIERA QUALSIASI

In Campania nasce ADV Unite

L'obiettivo della nuova associazione di agenzie di viaggio guidata da Cesare Foà è di portare nuove idee nel sistema della distribuzione nell'epoca del cambiamento

“**S**erviva un movimento per sopperire alle mancanze delle altre associazioni di agenti di viaggio”. Da questa spinta è nata ADV Unite, apparsa sulla scena annunciando obiettivi ambiziosi e clamorosi, come quello di chiedere la chiusura delle agenzie che non hanno un direttore tecnico inquadrato, arrivando fino al ministro del turismo se necessario. E inoltre, con l'idea di chiedere il marchio di qualità per le agenzie di viaggio. Non sono argomenti nuovissimi ma l'associazione intende rilanciare su questi tavoli coinvolgendo anche le istituzioni. I motivi che hanno portato alla comparsa di un nuovo attore nel panorama delle sigle associative li spiega il presidente di ADV Unite, Cesare Foà.

“L'associazione nasce. se così si può dire, dai 'mal di pancia' di due noti agenti di viaggio, uno titolare di agenzia, Rino Arcidiacono, e l'altro direttore tecnico, Patrizia Granato, che hanno manifestato in tempi diversi ma vicini fra loro il disagio di vivere una professione trascurata da tutti, dai politici, dagli stessi agenti di viaggio, dai fornitori e dai clienti”.

Un disagio che gli agenti costituenti ADV Unite avevano prima già espresso in associazioni più strutturate: “L'idea iniziale era di entrare tutti in Fiavet dove ero appena approdato per iniziare a lavorare e portare un'aria nuova. Purtroppo le nostre idee hanno

trovato le porte sbarrate e, dopo un periodo durante il quale abbiamo cercato di coesistere, il nostro movimento ha scelto un'altra strada”. La necessità è diventata quindi quella di trovare qualcosa di alternativo a Fiavet e le agenzie coinvolte hanno quindi voluto creare un qualcosa che potesse sostenere in toto le loro idee. “Dopo essere nati come soggetto indipendente, abbiamo aderito ad Aidit, la nuova associazione di agenti di viaggio di Confindustria che subito ci ha accolti e ci ha consentito di portare idee nuove nel sistema confindustriale”.

In cosa siete differenti dalle altre associazioni di categoria?

“Adv Unite nasce per soddisfare e accogliere gli agenti di viaggi regolari. Tutte le sigle associative sono ormai obsolete se rappresentate sempre dalle stesse persone che non vogliono prendere atto dei cambiamenti. Probabilmente qualche volta invece di chiudersi in una casta bisognerebbe avere l'umiltà di confrontarsi con le nuove realtà emergenti. La nostra associazione nasce dal basso e accoglie tutte agenzie regolari. La grande differenza con le altre associazioni è che noi non dobbiamo rendere conto a nessuno e possiamo denunciare tutti i malcontenti, le insoddisfazioni politiche e soprattutto non scendere a compromesso con nessuno”.

Può tracciare un bilancio di questi primi mesi di attività?

“Siamo molto soddisfatti perché stiamo ricevendo moltissime telefonate anche da agenzie di viaggi che si ritrovano iscritte in altre associazioni senza mai aver pagato una quota. Questo è abbastanza singolare e non ci appartiene perché, ribadisco, a noi non interessano i numeri ma contano i servizi che offriamo. Siamo in contatto e discutiamo molto con altre associazioni nazionali perché crediamo nelle sinergie e vorremo anche in Campania con chi ne ha titolo, senza gelosie perché uniti si può, e il risultato è che la nostra associazione ha agenti di viaggi giovani che hanno oramai preso il sopravvento sulle vecchie logiche di mercato”.

Siete già in contatto con le istituzioni?

“Vogliamo porre all'attenzione dell'assessore al Turismo della Regione Campania la necessità di istituire un tavolo tecnico, e non politico, per iniziare a controllare tutte le direzioni tecniche delle agenzie. Chi non ha il direttore tecnico inquadrato dovrà subire il



richiamo e poi l'eventuale chiusura. Se l'assessore non lo farà, interverremo sul Ministro del Turismo, presentando un esposto alla Magistratura in caso di un mancato ascolto. Il secondo obiettivo è il riconoscimento del marchio di qualità che deve essere dato a tutte le agenzie in regola, di tutte le sigle associative e non con l'ausilio degli organi preposti. C'è da dire anche che siamo l'unica associazione che sta parlando con Enac per risolvere qualche problema relativo agli associati”.

Come state affrontando i temi caldi del momento?

“Abbiamo iniziato offrendo servizi agli associati in maniera moderna: per il GDPR siamo convenzionati con un professionista che propone un servizio corretto a un prezzo giusto. Per la fatturazione elettronica, e ne sono veramente grato a chi l'ha organizzato, abbiamo effettuato il nostro primo webinar dove un team di esperti ha spiegato agli associati le modalità in maniera semplice, rapida e chiara. Tutti i nostri webinar vengono effettuati dopo un breve sondaggio con gli agenti negli orari da loro indicati come migliori senza imporre decisioni verticistiche”.

Quali sono gli altri servizi per i soci?

“I servizi per i soci sono i soliti forniti dalle associazioni ma con risultati concreti. Tutte le nostre agenzie possono quindi disporre di servizi convenzionati come lo sportello legale on line, con un broker assicurativo, con uno studio di commercialisti e così via. L'obiettivo è quello di diventare un punto di riferimento per tutti, per le agenzie che credono nel lavoro collettivo e non nel lavoro singolo per avere una visibilità maggiore. In sei mesi abbiamo superato le 50 agenzie associate per più di 60 punti vendite e abbiamo bloccato le nuove adesioni, che continuano ad arrivare, proprio per strutturarci meglio e offrire servizi all'altezza. Rappresentiamo l'associazione più attiva in Campania. Per noi non è importante avere numeri ma dare servizi ai nostri associati. Siamo l'unica associazione che richiede una serie di adempimenti prima dell'iscrizione, cosa che nessun altro prevede. Il direttore tecnico deve essere inquadrato e non un prestanome, le assicurazioni di Rc e del fondo di garanzia ci devono essere inviate in copia con le relative quietanze e così via”.

Altri obiettivi dell'associazione?

“Legalità, la lotta all'abusivismo nel settore, il marchio di qualità delle agenzie di viaggi, la formazione, il riconoscimento della professione dell'agente di viaggi, il ruolo del direttore tecnico, il proselitismo fra i giovani, la rivalutazione del fondo di garanzia e l'incentivazione del turismo scolastico sono gli altri punti su cui concentreremo i nostri sforzi”.



Napoli

Quante agenzie fanno già parte di ADV Unite e con quale ripartizione sul territorio?

“Contiamo oltre 50 soci con 60 punti vendita a cui si aggiungono le agenzie associate a Aidit attraverso il network che debbono essere inquadrati come tante altre che stanno facendo richiesta. Oggi siamo presenti nelle cinque province campane con quattro rappresentanti provinciali proprio per coprire tutto il territorio. Gli organi associativi sono molto snelli volendo lavorare e non avere solo incarichi e poltrone. Il presidente sono io, il vicepresidente è Vincenzo Mancino, il tesoriere Antonio Capone e la segretaria Emanuela Marroccoli. Tutte queste figure unite ai quattro rappresentanti provinciali (Angela Mezzacapo per Caserta, Luca Mazzone per Benevento, Gerardina Panella per Avellino e Giovanni Pasquile per Salerno) si aggiungono Gianluca Albano, Alessandro Daniele, Anna Esposito, Gabriele Solinto, Loredana Iannuzzo, Mario Cozzi, Vincenzo Del Bravo e Vittorio Notaro. A ciascun consigliere è stato dato il compito di coordinare una commissione, la più importante è quella sull'abusivismo”.

Antonio Del Piano



<https://indianvisaonline.gov.in/visa/tvoa.html>

How do you like your forts? Ancient? Majestic? Or Mystical?

Amber Fort,
Rajasthan, 16th Century AD

Kumbhalgarh
Rajasthan, 15th Century



For more information, visit: www.incredibleindia.org
Follow us on:  /incredibleindia  @incredibleindia

Incredible India

Fort,
y AD



THE INDIAN
HERITAGE

TRAIL

Valtur, parte l'era Pagliara



Via alle vendite per lo storico brand acquisito dal gruppo Nicolaus

Partiti vendite e sito: il foglio bianco della nuova Valtur, acquisita da Nicolaus lo scorso luglio, inizia a essere riempito dallo scorso mese. Così gennaio, assieme all'inizio dell'anno, ha battezzato anche l'avvio dell'era Pagliara del marchio all'insegna di una parola più volte ribadita durante la conferenza stampa nel quartier generale di Ostuni: eccellenza.

I numeri di Nicolaus Group

250 risorse umane nel 2018 | 37 villaggi in Italia e nel Mediterraneo commercializzati in esclusiva con format Nicolaus Club e Valtur | 1 milione di pernottamenti | 300 strutture alberghiere selezionate nelle migliori località italiane e del Mediterraneo | Oltre 9.000 agenzie di rete distributiva | +168% di fatturato nel quinquennio 2013-2018, con incremento del 30% annuo

L'IMPORTANZA DEL BRAND

Lo storico brand del turismo italiano, che ormai si affianca agli altri due più rappresentativi del tour operator pugliese, Nicolaus Club e Raro, roditi cavalli di battaglia di Nicolaus, è pronto a debuttare con la sua prima estate progettata nella Città Bianca. Come rimarcato da Giuseppe Pagliara, Ceo Erregi Holding & Founder che coordina il Gruppo, costituito da società tra le quali Nicolaus è protagonista, riferendosi a un famoso villaggio Valtur sul territorio ostunese, "Valtur nasce a Ostuni e riparte da Ostuni con un progetto incentrato su coerenza e sostenibilità"; la prima necessaria per garantire l'innovazione nella continuità di un marchio che rappresenta l'invenzione del villaggio turistico in Italia ed è perciò molto forte per agenzie e cliente finale, la seconda fondamentale per l'affidabilità sul mercato. "C'era bisogno di taglio e distacco con certa Valtur del passato", ha precisato Pagliara che dall'appel del brand, mai venuto meno, ha tratto un acceleratore importante per tutta l'attività del tour

operating, potendo contare su un'ultradecennale esperienza di pacchettizzazione e trasporti con operazioni charter gestite direttamente da Nicolaus.

L'OTTIMISMO DELLA DISTRIBUZIONE

Ottima la risposta delle agenzie, come riferito da Roberto Pagliara, President Nicolaus Tour & Founder: "L'opinione generale è che finalmente Valtur sia approdata in un porto sicuro". Tale sicurezza è dettata dai numeri di Nicolaus Tour, che dal 2013 al 2018 ha visto un incremento di fatturato del 30% annuo passando dai 28 agli 85 milioni di euro dell'anno scorso. "Fatturato netto, a sconto delle agenzie", ha specificato Giuseppe Pagliara prima di svelare i villaggi protagonisti della Valtur targata Nicolaus alla stampa di settore, scelta rivelatrice di una politica commerciale attenta alla distribuzione perché "i miei competitor veri sono Booking ed Expedia, non gli agenti di viaggi", ha commentato Roberto Pagliara che ha insistito sull'importanza del segmento Mice, sempre fondamentale per la destagionalizzazione.

L'ESTATE DELLA NUOVA VALTUR

E dunque la Valtur dell'estate 2019 vedrà sette villaggi e cinque destinazioni: per l'Italia, il Baia dei Pini in Sardegna e l'Otium Resort in Calabria, per la Tunisia il Djerba Golf Resort, prima struttura contrattualizzata con il brand Valtur, per l'Egitto il Sentido Oriental

Dream a Marsa Alam e il Reef Oasis Blue Bay a Sharm El Sheikh, che con i nuovi tre Nicolaus Club nelle due località egiziane segnano il deciso debutto del tour operator nel Mar Rosso, poi lo storico Valtur Bodrum Park Resort in Turchia e infine il Fushifaru, alle Maldive. Il catalogo è presentato in occasione di Bit e il 2019 non si ferma certo all'estate, visto che ci sono i villaggi anche per l'inverno su cui però Giuseppe Pagliara ha mantenuto il silenzio, limitandosi a dire che si tratterà di almeno dieci unità su sette destinazioni. In compenso, ha parlato delle prenotazioni in corso: "Per Pasqua registriamo già il sold out sull'Egitto, tanto è vero che abbiamo preso altri due aerei. Il debutto nel Mar Rosso per noi rappresenta un grande beneficio, ma l'Italia è la cassaforte che continueremo a presidiare e sarà sempre la nostra prima destinazione".

OBIETTIVO 190 MLN DI FATTURATO NEL 2021

E che l'acquisizione di un brand ambasciatore della villaggistica abbia immesso adrenalina e spinta in avanti dentro Nicolaus lo si capisce anche dall'obiettivo a tre anni, che vede il fatturato a 190 milioni nel 2021, di cui 100 solo per Valtur, con un incremento del 223% rispetto al 2018. "Il nostro contributo è quello dell'innovazione nel fare impresa - ha detto Pietro Aversa, Ceo di Nicolaus Tour - Nicolaus è leader della villaggistica in Italia". "Avvicinarsi ai 200 milioni significa collocarsi al top del tour operating italiano, ma noi abbiamo obiettivi di sostenibilità che riguardano progetti e qualità. Non stiamo facendo la corsa con nessuno", ha aggiunto Giuseppe Pagliara, che ha sottolineato come il vero lavoro inizi adesso: Valtur by Nicolaus, insomma, è una storia tutta da scrivere.

Valentina Maresca

Da sinistra,
Roberto Pagliara,
Pietro Aversa
e Giuseppe Pagliara

Valtur by Nicolaus in cifre

10 villaggi e resort e **7** destinazioni nel 2019 | **7** villaggi e **5** destinazioni nella programmazione estiva 2019 | **100** mln di euro obiettivo di fatturato al terzo anno (2021)

Sardatur Holiday va ad Uvet

Il Gruppo Uvet ha acquisito Sardatur Holidays Limited, tour operator con sede a Richmond UK. Sardatur Holidays è specializzata da oltre trent'anni nella vendita di vacanze di lusso e tailor made con

destinazione Italia e Sardegna. Sardatur Holidays si unisce così ai diversi brand e società di Uvet, con l'obiettivo di continuare a crescere in tutto il Regno Unito. Con circa 1.600 dipendenti e un giro d'affari di 2,9 miliardi di euro, Uvet contribuirà allo sviluppo di Sardatur Holidays fornendo al tour operator inglese le sinergie, la forza organizzativa e le risorse del Gruppo guidato da Luca Patanè.

“Siamo entusiasti dell'acquisizione di Sardatur Holidays - ha dichiarato lo stesso Patanè, Presidente del Gruppo Uvet - poiché condividiamo gli stessi valori e la stessa visione. Questa acquisizione consentirà al nostro Gruppo di essere protagonisti anche nel mercato britannico. Condividiamo la passione di Sardatur Holidays per l'attenzione ai dettagli, il servizio di altissima qualità e il focus sul cliente. È sicuramente un modo stimolante per iniziare il nuovo anno”.

Soddisfazione per l'acquisizione la esprime anche Felice Soru, proprietario e fondatore di Sardatur Holidays: “Sono lieto che sia Uvet ad aver acquisito Sardatur Holidays e sono certo che, come parte di un gruppo così strutturato, l'azienda, i suoi dipendenti e i clienti continueranno a crescere, sviluppando e incrementando il proprio business. Dopo oltre 45 anni di attività, sono orgoglioso di consegnare Sardatur a una delle più innovative imprese di viaggio italiane e leader nel turismo. La mia missione è compiuta!”



Luca Patanè

‘Prenota Vinci e Riparti’ con Geo

Ha preso il via il concorso a premi ‘Prenota Vinci Riparti’ di Geo Travel Network pensato per supportare le agenzie viaggi affiliate nella ricerca e fidelizzazione della clientela. Dal 1° febbraio al 31 ottobre 2019, tutti i clienti che prenoteranno in un'agenzia del Gruppo un viaggio con uno dei tour operator contrattualizzati - per un valore minimo di 1.000 Euro a pratica - potranno partecipare all'estrazione dei fantastici premi messi in palio, tra cui un viaggio in Messico con Prestour, una crociera nel Mediterraneo a bordo di Costa Smeralda, un viaggio a Cuba con BravoCub, un viaggio in Kenya con Swantour e molti altri, in collaborazione con Bluserena, Olympia Viaggi, Jumbobeds, Grimaldi Lines e Smartbox/Emozione3. I premi saranno assegnati al termine della campagna. Sul sito www.geotn.it/concorso2019 è attivo il form di registrazione che i clienti dovranno compilare.

“I dati raccolti saranno inseriti in automatico nel database CRM delle nostre agenzie. Il concorso offre quindi la possibilità di raccogliere un ricco patrimonio di dati, che le agenzie potranno utilizzare per potenziare le attività di direct marketing, sempre guidate e supportate dal Network attraverso gli strumenti informatici che mettiamo a disposizione” - spiega Chiara Maggioni, Ufficio Marketing&Comunicazione Geo. “Grazie a questa attività, ci proponiamo di valorizzare l'immagine delle nostre agenzie, rafforzandone la riconoscibilità presso il pubblico finale, in quanto appartenente a Geo.”

**NORD EUROPA
ESTATE 2019**

Super All-Inclusive

Tutto incluso, anche l'assicurazione.

**Fino al 28 febbraio
la crociera con
tutto incluso**

La crociera senza pensieri
per i tuoi clienti include:

- Assicurazione Early Booking
- Miglior Prezzo Garantito
- Menù straordinari
- Pacchetto bevande
- Scelta del turno di cena
- Grandi spettacoli
- Quote di servizio
- Soddisfatti o Rimborsati
- Sconto 10% su futura crociera

**Scopri di più
su Costaextra.it**



Costa

Grimaldi Lines ama Leggere



Anche nel 2019 Grimaldi Lines sarà in prima linea per la promozione di iniziative culturali dedicate ai giovani e alla loro formazione. Torna infatti per il settimo anno consecutivo AMare Leggere, il festival della letteratura per ragazzi sul mare, ideato dal mensile del libro Leggere:tutti e organizzato in collaborazione con ANP - Associazione Nazionali Dirigenti e Alte Professionalità della Scuola e con l'Istituto Italiano di Cultura a Barcellona.

Il viaggio evento, a cui potranno prendere parte sia le famiglie che le scuole, è in programma dal 30 marzo al 2 aprile prossimi a bordo della m/n Cruise Barcelona, ammiraglia della flotta Grimaldi Lines, sulla rotta Civitavecchia-Barcellona e ritorno. Ai partecipanti verrà offerta una straordinaria opportunità di divertimento e formazione, con tante iniziative culturali ed educative pensate per un pubblico di giovanissimi.

Durante la navigazione è previsto infatti un ricco programma di attività tra cui incontri con gli autori, laboratori di scrittura, fotografia e giornalismo, proiezioni di film, spettacoli teatrali e tanti giochi. Due interventi d'eccezione celebreranno i duecento anni dell'Infinito di Giacomo Leopardi: il poeta contemporaneo

Claudio Damiani presenterà il suo libro *L'infinito* presente, mentre l'attore Gino Manfredi proporrà *Leggere l'Infinito*, un viaggio verso Leopardi tra presente e passato.

Dal 30 marzo al 2 aprile, sulla rotta Civitavecchia-Barcellona la settima edizione del viaggio evento AMare Leggere

Sono inoltre già confermati l'intervento della docente universitaria Luisa Corona dal titolo *Che cos'è la lingua*, differenza tra scritto e parlato e l'incontro con l'attore Marco Giandomenico, dal titolo *Non accettare caramelle da uno sconosciuto*. A bordo saliranno infine lo chef Renato Bernardi, che parlerà ai ragazzi di alimentazione sana e il videomaker Francesco Filippi, specializzato in cinema e animazione per i più giovani. A terra, nella coinvolgente atmosfera di Barcellona, i partecipanti incontreranno gli studenti delle scuole italiane presenti in città, mentre molte altre iniziative collaterali verranno organizzate dall'Istituto Italiano di Cultura. Potranno inoltre visitare liberamente l'affascinante metropoli catalana, catturando le immagini più suggestive di questa città, per poi prendere parte al concorso fotografico di bordo *Scatta una foto a Barcellona*.

Le quote partono da 235 euro a persona con sistemazione in cabina tripla o quadrupla interna e comprendono: viaggio a/r da Civitavecchia a Barcellona con tre pernottamenti nella tipologia di cabina prescelta, 3 prime colazioni, 2 pranzi e 2 cene presso il self-service di bordo, diritti fissi e tutte le attività incluse nel programma. Possibilità di imbarco anche da Porto Torres nella mattinata di sabato 30 marzo. Gli studenti degli Istituti Scolastici Secondari di II grado potranno ottenere l'attestato di alternanza scuola/lavoro. AMare Leggere è infatti uno dei progetti didattici in viaggio che, insieme ai percorsi di alternanza scuola-lavoro e ai viaggi di istruzione, sono parte integrante di Grimaldi Educa, il grande progetto che la Compagnia dedica alla formazione delle nuove generazioni e che dal 2015 è oggetto di un Protocollo di Intesa con il MIUR.

Aeroporti: Italia da record

“Il trasporto aereo in Italia continua a crescere a tassi sostenuti e superiori alla media europea, dimostrando l'appetibilità del mercato italiano in un contesto fortemente competitivo”. Lo fa sapere Assaeroporti nella nota di commento al bilancio del traffico nel sistema aeroportuale italiano nel corso del 2018. “I nostri aeroporti - aggiunge la nota - non operano ormai più in regime di monopolio ma stimolano ed intercettano flussi di passeggeri e merci a livello europeo e internazionale, determinando importanti ricadute economiche, con un'incidenza del settore sul PIL nazionale del 3,6%”. I numeri dicono che, in linea con il trend positivo registrato negli ultimi quattro anni, il sistema continua a crescere e chiude il 2018 con 185,7 milioni di passeggeri, il 5,9% in più rispetto al 2017, e 1,6 milioni di movimenti aerei, equivalente ad un incremento del 3,1% sull'anno precedente.

Nello specifico, i passeggeri transitati nei 39 scali italiani monitorati da Assaeroporti ammontano, nel 2018, a 185.681.351, ovvero 10,3 milioni in più rispetto al 2017. La crescita è trainata dal traffico internazionale che ha superato i 121 milioni di passeggeri, con un incremento del 7,2% rispetto al 2017. All'interno di questo segmento, si segnala una crescita del 5,6% per il traffico UE e del 13,2% per quello extra UE. In termini di traffico passeggeri, si posizionano, tra i primi 10 aeroporti italiani, gli scali di: Roma Fiumicino, Milano Malpensa, Bergamo, Venezia, Catania, Napoli, Milano Linate, Bologna, Palermo e Roma Ciampino. Crescono, inoltre, a doppia cifra gli aeroporti di Genova (16,5%), Napoli (15,8%), Palermo (14,8%), Bolzano (14,3%), Verona (11,6%) e Milano Malpensa (11,5%).

Il sistema nazionale degli scali chiude il 2018 con una crescita dei passeggeri pari al 5,9%

(adp)



SCOPRI LE NUOVE TARIFFE E I NUOVI POSTI

TARIFFE



TIMEFLEX

Per chi ha bisogno di flessibilità sui voli e di risparmiare tempo, servizio di anticipo o posticipo gratuito del volo nella stessa giornata. In questo modo non sarà necessario fare la fila al check-in, al controllo di sicurezza e all'imbarco.



FAMILY

Le famiglie hanno a disposizione l'opzione di scelta dei posti per sedersi vicini, bagaglio a mano fino a 10 kg e un bagaglio in stiva del peso massimo di 23 kg. Inoltre, imbarco prioritario se viaggiano con bambini fino a 2 anni di età e banco accettazione esclusivo nell'aeroporto di Barcellona. E adesso potranno usufruire di un prezzo speciale di lancio.

POSTI



SPACE ONE 1° fila

SPACE PLUS 2° - 4° fila

SPACE 12° - 14° fila

I passeggeri che vogliono usufruire di spazio extra e imbarcare prima possono scegliere due posti: **Space One** con un 20% di spazio in più e **Space Plus** con un 10% di spazio in più. Inoltre disponiamo di **Space** con uno spazio extra del 20%.

Ulteriori informazioni su www.vueling.com/agenzie
E sul nostro blog news.vuelingpartners.it

L'aeroporto di Bari per Matera2019



Ampia copertura delle frequenze bus tra il Karol Wojtyla e la Capitale Europea della Cultura

È Bari l'aeroporto di riferimento per Matera, Capitale Europea 2019 della cultura. Aeroporti di Puglia ha infatti assicurato un prezioso supporto tecnico agli Enti locali

per l'aumento delle corse bus tra lo scalo e Matera per garantire un'ampia copertura delle frequenze giornaliere nell'intero arco della settimana.

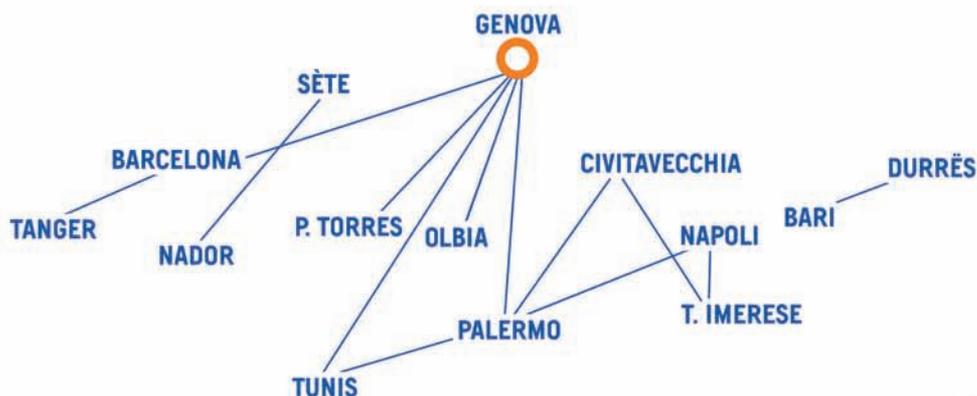
Sotto il profilo organizzativo l'aeroporto di Bari è chiamato ad assolvere un ruolo strategico per il successo di questa manifestazione. Già da un anno, nell'area arrivi del Karol Wojtyla - in questi giorni brandizzata Matera 2019 - è attivo un ufficio di accoglienza e informazioni turistiche della Regione Basilicata.

Per il presidente di Aeroporti di Puglia, Tiziano Onesti: "Matera 2019 rappresenta un banco di prova per

un intero sistema che si è adoperato affinché un sogno a lungo accarezzato potesse trasformarsi in realtà. Gli aeroporti pugliesi avranno un ruolo fondamentale in questa sfida e sono pronti ad accogliere i tanti visitatori che vorranno godere del ricco calendario di manifestazioni ed eventi in programma partito il 19 gennaio e che durerà fino al prossimo 20 dicembre 2019, e della suggestiva bellezza di Matera". La crescita dei collegamenti avvenuta negli ultimi anni sullo scalo pugliese agevolerà gli arrivi verso la città lucana in quello che rappresenta un momento storico per la cultura e il turismo del nostro Paese: "il capillare network di collegamenti nazionali e internazionali - aggiunge Onesti a questo proposito - rappresenta un formidabile link per quanti raggiungeranno la città dei Sassi. Matera, per storia e tradizione, è da sempre legata alla Puglia: l'aeroporto di Bari, nei fatti, è il suo scalo di riferimento e per questo vogliamo assicurare, la massima collaborazione perché il successo di Matera 2019 diventi il successo del nostro Sud e del nostro Paese". Per maggiori informazioni e orari bus è possibile consultare le pagine web www.aeroportidipuglia.it e www.matera-basilicata2019.it.

PORTARE
MANGIARE
DORMIRE
GIOCCARE
SOGNARE
SCOPRIRE
VIAGGIARE

CON I TRAGHETTI GNV LO PUOI FARE.



Info e prenotazioni: gnv.com - 010 20 94 591 - Agenzie di viaggio

NAVIGHIAMO PER CIASCUNO DI VOI.



Mice Influencer Campaign: #meetinnaples

Convention Bureau Napoli, in partnership con l'Aeroporto Internazionale di Napoli, ha avviato “#MeetinNaples: MICE influencer Campaign”, un progetto di promozione della città di Napoli sviluppato in collaborazione con due MICE influencer: l'italiana **Alessia Di Raimondo** - content, community manager e fotografa - e l'olandese **Mariska Kesteloo** - founder di “Word of Mice”.

Nei primi giorni di Marzo, le due professioniste arriveranno in città e saranno ospitate a Napoli per raccontare la destinazione in chiave congressuale attraverso i canali digitali utilizzando l'hashtag di riferimento “MeetinNaples”, al fine di aumentare la visibilità della città quale destinazione MICE per congressi italiani ed internazionali. Il progetto prevede un tour dell'offerta congressuale del capoluogo partenopeo, organizzato da Convention Bureau Napoli, con un programma di

visite d'ispezione delle principali sedi per eventi e congressi: lo scopo è generare uno storytelling virale attraverso contenuti inediti che stimolino l'interesse della platea di follower del settore MICE e creino una community fidelizzata.

Nell'immediato futuro si prevedono sinergie anche con Amalfi Coast Convention Bureau.

Napoli ha un'eccellente rete di collegamenti aerei (104 destinazioni nel 2019) che la connettono ai più importanti hub internazionali e vuole mostrare tutta la sua bellezza e professionalità per garantire il successo di qualsiasi tipologia di evento. L'autenticità e la creatività sono una peculiarità di questa destinazione e la chiave essenziale del successo dipende da come un territorio viene raccontato: gli influencer sono gli occhi e le orecchie della realtà online.

**SEI UN CORPORATE
MEETING PLANNER?** BMT
WORKSHOP MICE
23 MARZO

Se sei interessata/o a partecipare scrivi
una mail a info@cbnapoli.it

Essere hosted buyer ti permetterà di aggiornarti sulle ultime novità del mercato MICE, conoscere i responsabili di strutture e società di servizi e pianificare la tua attività, incrementando gli affari e creando nuove opportunità di business.

BMT



WORKSHOP INCENTIVE & CONGRESSI

23 MARZO 2019 10:00/13:00 - 14:30/17:30

Il Workshop MICE è il fiore all'occhiello della BMT di Napoli, la cui XXIII edizione si svolgerà dal **22 al 24 marzo 2019**. Le selezioni di hosted buyer italiani ed europei sono in fase di chiusura. I 20 professionisti del settore MICE, tra decision maker, titolari di agenzie PCO / Incentive House e Meeting / Corporate Planner per Associazioni / Aziende, sono invitati e selezionati da Progetta in collaborazione con CB Napoli.

Durante i primi due giorni di fiera, i buyer avranno una fitta agenda di appuntamenti B2B e conosceranno le destinazioni nazionali ed internazionali più in voga e le location più interessanti del settore per scoprire tante novità per Meeting, Business Travel, Incentive, Congressi ed Eventi: potranno aggiornarsi sulle ultime novità del mercato MICE, conoscere i responsabili di strutture e società di servizi operanti a Napoli e in tutta Italia per sviluppare l'organizzazione di eventi, congressi, lanci prodotto, viaggi incentive. **Il programma per i buyer proseguirà domenica 24 marzo con site inspections delle sedi "unconventional" per eventi MICE nel cuore di Napoli** e si concluderà con un pranzo tipico nel centro storico della città. Le visite d'ispezione saranno interamente curate da Convention Bureau Napoli.

I soci e partner di CBN

SOCI

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
Hotel Ramada Naples
Palazzo Caracciolo • Palazzo Esedra
Renaissance Hotel Mediterraneo
Royal Continental

SEDI CONGRESSUALI

Centro Congressi Terminal Napoli

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

MEDIA PARTNER IL GIORNALE DEL TURISMO

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 e Real Bosco (Amici di Capodimonte)
Museo Filangieri
Museo Nazionale Ferroviario di Pietrarsa
Palazzo Zevallos Stigliano
Reggia di Portici

RISTORANTI

Annarè
O' Munaciello

Debutta Plateau International



Debutto italiano per Plateau International, nuova società di rappresentanza di operatori turistici del campo del turismo esperienziale e del lusso. Basata in UK e fondata da Marco Rosa, già Direttore UK e Scandinavia di Costa Crociere e VP di Orient-Express, Abercrombie & Kent e Belmond Hotels, Plateau International nasce dall'idea di promuovere realtà medio-piccole del mondo del turismo, capaci di offrire al cliente finale esperienze di viaggio autentiche e di grande suggestione. Lusso, nella sua accezione più contemporanea, non significa solo esclusività o standard qualitativo del servizio, ma avere a disposizione un viaggio disegnato con cura sartoriale, poter avere accesso a luoghi riservati a

pochi, avere un contatto autentico con le culture locali. Esclusività è anche, e soprattutto, poter vedere le destinazioni da prospettive diverse, fuori dai canoni del turismo tradizionale e in un'ottica slow.

"Il viaggiatore più esperto ed esigente - racconta Renata Rizzo,

Sales & Marketing Consultant Europe di Plateau International - vuole esperienze che risvegliano i cinque sensi e gratifichino il cuore. Ogni prodotto che rappresentiamo offre quel qualcosa in più che fa la differenza, e che ci si ricorderà per tutta la vita". Plateau International offre agli operatori turistici italiani la possibilità di promuovere e commercializzare i prodotti dei suoi partner, da compagnie di crociere fluviali in Egitto, India, Myanmar, Vietnam, Cambogia, Croazia, a boutique hotel e treni di lusso in India, destination management companies (DMCs) di altissima qualità in India, Indocina, Portogallo e Grecia oltre ad un operatore di servizi a terra per famiglie in Italia e uno di crociere aeree che opera con un 737-500 in versione all business class. Per gli operatori rappresentati Plateau fornisce tutti i servizi sales, marketing e PR in Europa e Australia, facilitando il contatto con i partner commerciali che sono interessati a lanciare queste novità. "Siamo felici di poter portare anche in Italia questi brand unici per le loro caratteristiche - sottolinea Marco Rosa - I loro prodotti rappresentano una novità assoluta sul mercato e saranno sicuramente apprezzati dal viaggiatore italiano che cerca nel viaggio un'esperienza straordinaria".

CON PLATEAU IN ITALIA

Movenpick Egypt - Collezione di cinque navi di lusso che navigano il grande fiume Nilo; la crociera fluviale sulle navi Mövenpick offre l'atmosfera di navi gioiello con un servizio a bordo straordinario ed escursioni a terra di altissima qualità. Gli ospiti possono scegliere itinerari da 3 fino a 12 giorni e navi che vanno dalle 28 cabine a solo 4 suite.

Air Cruise Collection - Tour operator olandese specializzato in viaggi di lusso che offre straordinarie crociere aeree all inclusive su un private jet. L'operatore presenta due nuovi itinerari: Perle d'Oriente in partenza da Londra nel novembre 2020 alla scoperta di sette destinazioni-simbolo in Asia. Perle d'Africa, in partenza nel marzo 2020 verso le bellezze del Marocco, Sao Tomè, Sudafrica, Zimbabwe, Botswana, Zanzibar e Oman. Il jet della Compagnia è un Boeing 737 privato con 54 posti business.

Exotic Heritage Group - DMC indiano, a conduzione familiare, che opera crociere di lusso sul Gange in partenza da Kolkata. La Compagnia lancerà due nuove navi nel 2019 e 2020 tra cui un'esclusiva imbarcazione di lusso con una sola suite per due persone.

Arriva dall'Inghilterra
una nuova società
da rappresentanza.
Turismo esperienziale e
lusso le specializzazioni
degli operatori
del suo portfolio

Lotus Cruises - Operatore di crociere fluviali basato in Vietnam con 4 navi di lusso da 30 cabine che navigano sul fiume Mekong verso la Cambogia e Angkor Wat.

Paukan Cruises - Operatore di crociere fluviali di lusso basato in Myanmar con quattro navi boutique che offrono itinerari ad altissimo contenuto culturale sui fiumi Irrawaddy e Chindwin. Il modo più confortevole e affascinante di visitare un paese dai mille volti.

Top Service - Operatore specializzato in servizi a terra in Italia, che includono transfer per aeroporti, escursioni su misura e tour. Top Service ha ideato i Tapsy tours, tour guidati delle maggiori capitali europee dedicate alle famiglie con bambini e ragazzi.

Perfect Travels - DMC con una esperienza di 40 anni. Offre una ampissima selezione di tour tematici in India, Bhutan, Nepal e Sri Lanka. La sua specialità è disegnare viaggi immersive nelle destinazioni e nella cultura locale, dalle riserve naturali ai palazzi dei Maharaja, dalle crociere fluviali sui canali del Kerala alle spedizioni in moto sui passi himalayani.

Idea Indochina - DMC basato in Vietnam e Cambogia che offre servizi in tutta l'area indocinese, con un oc-

chio particolare al turismo esperienziale. Profondo conoscitore delle destinazioni dell'area, si distingue per la cura nel programmare escursioni che siano rispettose dell'integrità ambientale e culturale, delle tradizioni e delle comunità locali.

Algarve Lifestyle - DMC di lusso specialista nel confezionare esperienze di viaggio nella regione dell'Algarve, l'area più a sud del Portogallo. Soggiorni in hotel di lusso o in posadas o in ville private accompagnate da una ampia serie di esperienze: dall'arrampicata sulle falesie alle passeggiate a cavallo sulla spiaggia, dai corsi yoga ai programmi wellness, dagli itinerari gourmet alle crociere su yacht privati.

Expairtours - Flotta di nuovissimi yacht di lusso da 19 cabine per crociere lungo la selvaggia costa croata, in partenza da Spalato e Dubrovnik.

Hellenic Travel - DMC specializzato nel ricercare le migliori sistemazioni sulle isole greche, offre anche tour interessanti tra le isole e il continente per un mix vacanza balneare e culturale.



Marco Rosa



Renata Rizzo

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

Albania, Algeria, Capraia, Capri, Cefalonia, Cicladi, Corfù, Corsica, Creta, Croazia, Costiera Amalfitana, Dodecaneso, Elba, Egadi, Eolie, Formentera, Fuerteventura, Giglio, Gran Canaria, Grecia, Ibiza, Ios, Ischia, Kos, Lanzarote, Maiorca, Malta, Marocco, Milos, Minorca, Mykonos, Pantelleria, Paros, Pelagie, Ponza, Procida, Rodi, Santorini, Sardegna, Sicilia, Spagna, Tenerife, Tremiti, Tunisia, Ustica, Ventotene, Zante...

Registrati Subito su

www.traghettingds.it



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

Accordo Intesa Sanpaolo-Fipe



Andrea Lecce

Intesa Sanpaolo e FIPE (Federazione Italiana Pubblici Esercizi) hanno siglato un accordo a favore dell'intrattenimento e del turismo. L'obiettivo è fornire alle aziende strumenti su misura per l'operatività quotidiana e per rispondere alle nuove esigenze: pagamenti digitali, fatturazione elettronica e finanziamenti per accrescere la qualità dei servizi e la capacità di competere. Per favorire i pagamenti digitali, anche di piccolo importo, l'accordo prevede l'azzeramento delle commissioni in carico agli esercenti per tutte le

Spinta ai pagamenti digitali con l'azzeramento delle commissioni per gli esercenti per tutte le transazioni POS sotto i 15 euro e finanziamenti a condizioni agevolate

transazioni POS di importo inferiore ai 15 euro. Sul fronte dei finanziamenti, è stata definita un'offerta esclusiva a sostegno dei programmi di investimento con condizioni dedicate e modalità innovative di accesso al credito. Inoltre, è stata prorogata la scadenza del finanziamento riservato ai creditori di QUI!Group, ancora in difficoltà in seguito al fallimento della società. Gli associati FIPE, nuovi clienti Intesa Sanpaolo, potranno contare anche sul pacchetto Best Premium, che comprende un conto corrente con operazioni illimitate, con la possibilità di includere ulteriori prodotti e servizi a condizioni vantaggiose. Tra i prodotti e servizi innovativi che completano l'offerta inserita nell'accordo, Intesa Sanpaolo mette a disposizione Digifattura, il servizio per gestire la fatturazione elettronica, e InfoVendite, una piattaforma di marketing intelligence che permette agli esercenti dotati di POS di visualizzare l'andamento delle vendite, di confrontarlo con quello dei competitor e di analizzare i comportamenti d'acquisto della clientela.

Nei prossimi mesi sono infine previsti incontri formativi nelle principali città con l'obiettivo di migliorare la cultura finanziaria delle imprese associate e di facilitare la relazione tra aziende e banca.

“Il tema dell'accesso al credito - ha dichiarato Roberto Calugi, Direttore Generale di FIPE - Federazione Italiana Pubblici Esercizi - è sempre più importante anche nelle piccole imprese. Non si tratta solo di un problema di costi ma soprattutto di strumenti adatti alle loro esigenze di sviluppo. La collaborazione con Intesa Sanpaolo intende dare risposte concrete alle pressanti domande che ci vengono dai nostri soci verso i quali prendiamo anche l'impegno ad avviare una serie di incontri sul territorio per migliorare il rapporto con la banca e per sviluppare la cultura finanziaria delle imprese”.

Rispondere alle esigenze di segmenti di mercato importanti per l'economia dell'Italia è la molla che ha mosso l'istituto bancario, come racconta Andrea Lecce, responsabile Direzione Sales & Marketing Privati e Aziende Retail di Intesa Sanpaolo “Ristorazione, intrattenimento e turismo costituiscono un settore strategico per l'Italia. Come partner bancario, desideriamo contribuire alla crescita e allo sviluppo delle micro, piccole e medie imprese, offrendo servizi innovativi e facilitando l'accesso al credito grazie anche alla diffusione di una migliore cultura finanziaria”.

Il travel su Media Hotel Radio

MEDIA HOTEL RADIO amplia l'offerta di informazione e formazione professionale riservata al settore del turismo e dell'ospitalità e implementa il suo palinsesto con l'avvio di nuove rubriche dedicate al Travel curate da Antonio Del Piano, attuale direttore di Il Giornale del Turismo. **Lo spazio Travel è diviso in tre momenti: MEDIA TRAVEL - TUTTO IL TURISMO ON AIR** è il talk con programmi e rubriche che coinvolgeranno gli attori del sistema turistico attraverso interviste e servizi speciali realizzati nel corso dei maggiori eventi del settore, dalle borse turistiche a conferenze, workshop ed educational. **MEDIA TRAVEL NEWS** è il nuovo notiziario per il mondo del tour operating, delle compagnie aeree, di navigazione e di crociera e dei servizi per il turismo in genere. Si tratta del primo Giornale Radio proposto in Italia nato dalla prima emittente radiofonica dedicata al settore turistico. Il GR è in onda a partire da lunedì 21 gennaio, tutti i giorni alle ore 07:15,

09:15, 13:15, 20:15. Nel fine settimana invece, per tutti gli 'amanti dei viaggi' c'è **TRAVEL WEEKEND** un programma realizzato con la collaborazione di Daniele Priori che parlerà di viaggi, con proposte per il week end alla scoperta degli itinerari classici e di quelli più nascosti. MEDIA HOTEL RADIO è la prima e unica web radio italiana dedicata a tutti i professionisti del settore turistico alberghiero ed a tutti coloro che gravitano attorno al mondo dell'ospitalità. In questi anni ha dato voce ai protagonisti per discutere di tutte le tematiche legate al mondo turistico alberghiero. Con la stessa mission oggi MEDIA HOTEL RADIO apre l'informazione e la formazione al mondo Travel con le nuove rubriche in palinsesto e attraverso una serie di nuovi strumenti quali il canale youtube, le dirette video durante fiere ed eventi, social, live streaming, podcast e app; tutte funzioni presenti sul nuovo sito www.mediahotelradio.com, che si presenta come una vera e propria piattaforma virtuale.



N A S C E I T A L I A T R A V E L W O R L D

L'Italia, il mondo, l'arte, la cultura, l'enogastronomia,
le curiosità, le superstizioni:

il viaggio. Tutto in un solo sito

italiatravelworld.it

Toscana Promozione Turistica alla guida arriva Palumbo

Nuovo direttore per l'agenzia regionale dopo la prematura scomparsa di Alberto Peruzzini

Si è insediato il nuovo direttore di Toscana Promozione Turistica. Ad assumere l'incarico è stato Francesco Palumbo la cui nomina è stata formalizzata dal presidente della Giunta Regionale, Enrico Rossi. La chiusura dell'iter, come prevede la legge, è arrivata dopo il parere favorevole della Commissione Sviluppo economico del Consiglio regionale.

“Dopo la prematura scomparsa di Alberto Peruzzini - ha dichiarato Rossi - occorre ridare prima possibile una guida operativa, competente e pienamente efficace all'Agenzia. La scelta di Francesco Palumbo darà continuità al lavoro fatto da lui in Toscana sul turismo e rappresenterà un'opportunità di miglioramento e arricchimento dopo le tante esperienze maturate nei settori del turismo e della cultura, sia nel privato che nel pubblico”. Rossi sottolinea anche la significativa posizione ricoperta al Mibact in questi anni, l'ultima delle quali alla guida della Direzione Generale Turismo, hanno consentito a Palumbo di sviluppare una capacità di interlocuzione e relazione con soggetti istituzionali e operatori del settore nazionali e internazionale che permetterà di dare ampio respiro alle scelte politiche e strategiche della Regione Toscana in questo ambito.



“Vorrei anzitutto ringraziare Albino Caporale, che in queste settimane ha svolto il ruolo di Commissario, e tutto il personale dell'Agenzia che, in una situazione abbastanza delicata, ha dimostrato ancora una volta grande professionalità e passione. - ha affermato l'assessore regionale al turismo Stefano Ciuoffo - Sono soddisfatto per la nomina e sono sicuro che Toscana Promozione Turistica non potrà altro che beneficiare della solida e robusta competenza organizzativa e amministrativa di Palumbo, oltre che della sua capacità nel delineare linee strategiche: tutte qualità indispensabili per governare un fenomeno articolato e complesso come il turismo. È una scelta di spessore, che permetterà all'Agenzia di ritagliarsi uno spazio ancor più definito, a livello nazionale e non solo, ed in grado di dare subito continuità amministrativa all'attività, rispondendo alle sollecitazioni dei territori per promuovere al meglio la Toscana”.



Palumbo

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 Loggia dei Pisani, 13
80133 Napoli - tel. 081 7640032

Realizzazione grafica: Simona Postelli

Sales & Marketing Coordinator:

Emanuela Vadacca
vadacca@ilgiornaledelturismo.com

Ha collaborato: Valentina Maresca

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

CSST CERTIFICAZIONE EDITORIA SPECIALIZZATA E TECNICA

IFABC
A member of IFABC
International Federation of Audit Bureaus of Circulations

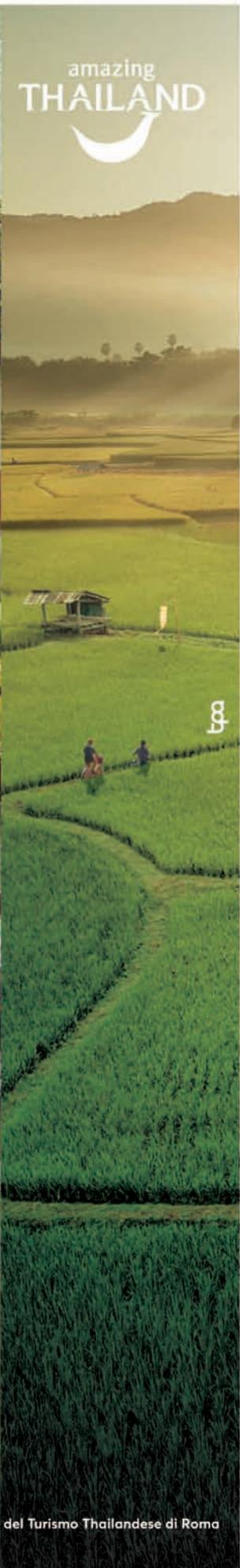
CSST Testata volontariamente sottoposta a certificazione di tiratura e diffusione in conformità al Regolamento CSST Certificazione Editoria Specializzata e Tecnica Per il periodo 01/01/2013-31/12/2013

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

amazing
THAILAND



L'INALTERATO SPLENDORE
DI REMOTI STILI DI VITA.

Open to the New Shades

www.turismothailandese.it

 Ente Nazionale del Turismo Thailandese di Roma

È INIZIATO IL CONTO ALLA ROVESCIA



XXIII EDIZIONE

PER CONQUISTARE LE MIGLIORI POSTAZIONI IN BMT 2019

Non rimandare una decisione così importante!
Inizia alla grande l'anno della riscossa, partendo dalla BMT.

BMT

BORSA MEDITERRANEA DEL TURISMO
VEN 22 | SAB 23 | DOM 24 MARZO 2019
NAPOLI XXIII EDIZIONE Mostra d'Oltremare

HAI PRENOTATO IL TUO STAND ALLA BMT?



22 23 24 MARZO

NAPOLI XXIII EDIZIONE
Mostra d'Oltremare

BORSA MEDITERRANEA DEL TURISMO

**LA PIÙ AMATA
DALLE AGENZIE
DI VIAGGIO**

www.bmtnapoli.com

PROJECTA
EVENTI FIERISTICI *dal 1996*

tel. +39 081 7640032
promozione@bmtnapoli.com