

il Giornale del Turismo & MICE magazine

PRIMO PIANO

**Sotto il sole
di un'estate italiana...**

ARTE & CULTURA

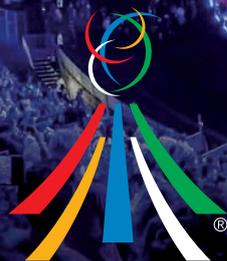
**L'estate di Dalì
sull'Isola di Capri**

INCOMING

**Dal golf una grande
opportunità per il travel**

TOUR OPERATOR

**MSC Seashore
è già nelle agenzie**



NAPOLI 2019
30TH SUMMER UNIVERSIADE



***L'oro più bello
è quello della Campania***



GRIMALDI LINES

AT&ACHE

la miglior compagnia in viaggio.



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

[grimaldi-lines.com](https://www.grimaldi-lines.com)



Sommario

EDITORIALE

- 5** I controsensi nel nostro settore non finiscono mai!
E neanche le sorprese di una strana
alta stagione Angioletto de Negri

IN COPERTINA

- 6** Napoli 2019 Summer Universiade
successo e svolta per il territorio Antonio Del Piano

INCOMING

- 16** Dal golf una grande opportunità
per il mondo del travel italiano adp
- 18** Nuova occasione per Roma Valentina Maresca
- 20** È la Cina il mercato leader
dello shopping nella Capitale Valentina Maresca
- 21** Visit Italy meglio di Italia.it

PRIMO PIANO

- 12** Sotto il sole di un'estate italiana...

TOUR OPERATOR

- 22** MSC Seashore è già nelle agenzie
- 24** I Viaggi dell'Airone lancia il Capodanno alle Bahamas

ENTI DEL TURISMO

- 25** Antonioli vicepresidente etc

HOTEL

- 10** Una nuova stella per ABH
- 26** Il Gruppo UNA investe nel MICE
- 28** Calano gli hotel, crescono i b&b
ecco come rilanciare l'alberghiero Valentina Maresca

TRASPORTI

- 30** flydubai apre la Napoli-Dubai
- 31** Nuova piattaforma b2b per AZ

ARTE & CULTURA

- 32** Dali all'hotel La Residenza di Capri adp
- 34** Workshop Accademia Internazionale

BMT 2020

PER APRIRE NUOVI ORIZZONTI

BORSA MEDITERRANEA DEL TURISMO

20 **21** **22** MARZO

NAPOLI Mostra d'Oltremare
XXIV EDIZIONE

PROGECTA
EVENTI FIERISTICI dal 1996

tel. +39 081 7640032 - promozione@bmtnapoli.com
www.bmtnapoli.com



I controsensi nel nostro settore non finiscono mai! E neanche le sorprese di una strana alta stagione

Mentre si notano timidi segnali di ripresa dell'outgoing e quindi si nota il ritorno di vacanzieri in agenzia, qualcuno annuncia per Roma a gennaio 2020 una fiera b2c in collaborazione addirittura con un giornale di categoria.

Quello che non capisco sono i tentativi di proporre una fiera sul turismo, un settore così articolato e professionale, che vengono spesso da gente fuori dal settore per poi presto naufragare... ma quello che non capisco è come un giornale di categoria possa accettare di essere media partner di una fiera b2c rischiando di giocarsi le simpatie del settore tutto!

Eppure proprio a Roma, città che si presta bene per eventi fieristici legati a numerosi settori dell'economia, proprio con il turismo si è toppato in modo clamoroso in passato, ed è successo ad organizzazioni molto più ben strutturate di quella che si appresta a mettersi all'opera...

Non credo comunque che in questa fiera b2c ci possa mai essere la presenza di un tour operator o di una Compagnia di navigazione, di una Compagnia aerea, di un'azienda di servizi turistici, di un villaggista o di altra azienda di settore.

Correrebbero il grosso rischio di vedersi voltare le spalle dalla intera intermediazione, dai tanti network esistenti sul mercato e dal mondo del turismo intero.

E non credo neanche che la figura dell'espositore fieristico possa essere sostituita solo da un'agenzia di viaggio che solitamente investe in altre risorse, lasciando giustamente al mondo dell'imprenditoria turistica l'oneroso compito dell'organizzazione di una fiera che richiede investimenti, professionalità e conoscenza del settore.

Chiunque volesse affiancare un'operazione del genere farebbe harakiri, sarebbe additato come un professionista che non crede più nel proprio lavoro e nelle sue capacità imprenditoriali.

Parlando di cose serie sembra che tutti siamo con il fiato sospeso in attesa dell'apertura dei cancelli del vero inizio delle vendite della stagione estiva 2019. Soffre il Mare Italia perché economicamente è molto poco accessibile ed ha la concorrenza del Nord Africa, soffre il breve raggio perché non è più un prodotto redditizio per i noti motivi tra internet, Ota e contratti diretti degli hotel e soffre un po' anche il lungo raggio perché lascia sempre meno margini al tour operator e di conseguenza alle agenzie. Per non parlare delle difficoltà della villaggistica per l'invasione delle compagnie di crociere che a prezzi competitivi offrono sempre maggiori posti cabina a prezzi sempre più bassi.

Questa per me, uomo del turismo con 44 anni di onorata carriera, è la situazione di questa strana stagione estiva 2019.

Buona lettura.

Angioletto de Negri

Napoli 2019 Summer Universiade

Il Governatore De Luca traccia il bilancio dell'evento sportivo che si è concluso a metà luglio: promozione importante, hotel pieni e notevoli ricadute dal punto di vista economico

“Le Universiadi hanno portato un'onda di orgoglio e di fierezza per Napoli e la Campania. Siamo riusciti a portare a termine un'impresa anche se molti non ci credevano perché realizzare questi eventi in Italia è un miracolo”. In poche parole, il presidente della Regione Campania Vincenzo De Luca riassume in maniera netta, come suo stile, riassume il bilancio della Napoli 2019 Summer Universiade, conclusasi a metà luglio allo Stadio San Paolo con la cerimonia che ha visto sfilare le delegazioni dei Paesi partecipanti. Insieme al presidente del Cusi Lorenzo Lentini e al commissario dell'Aru Gianluca Basile sono stati sviscerati numeri e cifre dell'evento che ha coinvolto 6mila atleti di 118 Paesi diversi impegnati in gare di 18 discipline sportive diverse. Oltre 8000 le persone

ospitate nei 3 villaggi atleti di Napoli, Caserta e Salerno, 120mila gli accreditati e più di 4500 i volontari impegnati per la realizzazione dell'evento.

“Nel confronto con Taipei, che ha ospitato l'evento nel 2017, la Campania può dire di essere all'avanguardia”, ha detto il governatore, non nascondendo una punta di orgoglio. “Abbiamo voluto pubblicare un manifesto - ha detto De Luca - di ringraziamento innanzitutto a Napoli e alla Campania perché siamo fieri di quello che è stato fatto”.

Risultati importanti anche dal punto di vista delle ricadute economiche. “Abbiamo registrato 40mila presenze turistiche in più collegate agli eventi delle Universiadi - ha spiegato De Luca - e Confcommercio Campania ci ha comunicato di aver registrato un +20% in acquisiti rispetto all'anno scorso e un aumento dei ricavi del 10%. Da Federalberghi Campania apprendiamo che il 90% delle strutture regionali erano prenotate. Così si determina una svolta per questi territori”.

Le Universiadi sono state importanti anche dal punto di vista simbolico e sociale. “Abbiamo offerto a Paesi

successo e svolta per il territorio

anche in guerra tra loro la possibilità di far incontrare i giovani universitari, la futura classe dirigente - ha ricordato De Luca - come successo per Israele ed Iran. E poi le MiniUniversiadi: migliaia di bambini coinvolti attraverso le parrocchie, i centri di aggregazione nei quartieri periferici. Vogliamo creare quel grande movimento di giovani da cui può partire il riscatto della Campania”.

Di *grande successo* hanno parlato anche il commissario straordinario Aru 2019 Gianluca Basile che ricorda come siano stati spesi “256 milioni dei 270 investiti dalla Regione. In particolare, 129 milioni di euro in beni e servizi e 127 sugli impianti. Ne sono stati riqualificati 60 in meno di dieci mesi e abbiamo investito oltre 4 milioni in nuove attrezzature sportive” e il presidente del Cusi Lorenzo Lentini che ha ricordato lo sforzo fatto per la realizzazione degli interventi.

“Sarebbe un delitto - ha concluso il governatore De Luca - rovinare gli impianti ristrutturati che sono bellissimi. Dobbiamo curarli e fare in modo che possano far fare un salto di qualità ai territori della nostra Regione”.

Servizio a cura di Antonio Del Piano



Cerimonia di apertura



Cerimonia di chiusura



Cerimonia di chiusura

Napoli capitale delle culture

L'evento sportivo diventa occasione di promozione di storia e di bellezze nascoste e di quello scambio culturale fra i popoli tipico degli appuntamenti olimpici

Dal 3 al 14 luglio Napoli si è trasformata in capitale dello sport e anche delle culture. Lo sport non è solo la componente agonistica ma anche uno scambio di culture in una città tra le più belle al mondo.

Da qui è nata la volontà di far conoscere il territorio campano, non soltanto per le sue bellezze già note ai più ma anche e soprattutto per quegli aspetti nascosti che molti non conoscono. L'evento, offre la possibilità alla città di Napoli e alla Regione Campania di presentarsi allo scenario internazionale come uno tra i maggiori attrattori turistici mondiali. La Regione Campania ha stanziato **2.000.000 di euro** per la realizzazione di un programma di valorizzazione culturale e di promozione turistica del territorio regionale dedicato alla *Summer Universiade Napoli 2019*.

Dal Mann al San Carlo, da Ravello al Teatro Verdi, dalla Reggia di Caserta al Belvedere di San Leucio, grazie al finanziamento della Regione è stata realizzata una straordinaria programmazione di concerti, spettacoli teatrali, mostre e tante altre iniziative culturali legati all'Universiade.

EVENTI DI VALORIZZAZIONE CULTURALE E PROMOZIONE TURISTICA

Cultura e sport nelle periferie - Mini Universiadi 2019

Tornei sportivi e attività didattiche per ragazzi: Parrocchia San Giuseppe e Madonna di Lourdes, San Giovanni a Teduccio, Napoli; Parrocchia Sacro Cuore di Gesù - Barra, Napoli; Parrocchia Maria Santissima del Carmine e San Giovanni Bosco - Caserta; Parrocchia Santa Margherita e San Nicola del Pumpulo - Salerno

24 giugno - 12 luglio 2019

La Moda per Universiadi

Serata di gala con visita al Museo del Tessile e dell'Abbigliamento *Elena Aldobrandini*. 26 giugno 2019

Dimore storiche aperte

Ciclo di visite (aperture straordinarie e visite guidate), in collaborazione con l'Associazione dimore storiche e con la Fondazione de Felice presso alcune dimore storiche della Campania. 30 giugno / 31 luglio 2019

Casa Campania

Spazio di promozione dei beni culturali, dell'enogastronomia, del paesaggio, e delle arti performative. Lo spazio offrirà diversi servizi, tra cui Spazio Store, Spazio Food, Re-

altà immersiva e Spazio Talk/eventi. Show-cooking durante i quali i maestri dell'Associazione Pizza Verace spiegheranno le caratteristiche e la tradizione della vera pizza napoletana promuovendo l'arte del pizzaiolo, patrimonio immateriale Unesco, nonché degustazione di pizza in Casa Campania per tutta la durata delle Universiadi. Napoli, Caserta, Salerno - 30 giugno / 15 luglio 2019

Il cinema racconta lo sport - Visioni dall'arena

Rassegna di 12 film sullo sport da proiettare nei luoghi che ospitano gli atleti. La linea curatoriale prediligerà le opere realizzate negli ultimi 10 anni più rappresentative per aderenza al tema e notorietà internazionale nel rispetto delle diverse nazionalità e profili culturali e religiosi degli sportivi. Luoghi che ospitano le delegazioni degli atleti - 3/14 luglio 2019

Voci del Mediterraneo

Viaggio dalla canzone classica napoletana al soul partenopeo. Dalle nuances delle villanelle napoletane al blues mediterraneo. Arrangiamenti e direzione musicale di Carlo Morelli con *Coro della città di Napoli* e M'Barka Ben Taleb. Cortile d'onore di Palazzo Reale, Napoli - 4 luglio 2019

Cameron Carpenter in concerto

Concerto realizzato da Cameron Carpenter. Cattedrale San Matteo, Salerno - 5 luglio 2019

100 Cellos

Spettacolo realizzato e diretto da Giovanni Sollima ed Enrico Melozzi nell'ambito della rassegna *Un'Estate da Re*. Belvedere di San Leucio, Caserta - 6 luglio 2019

Ficu Fresche

Concerto di musica tradizionale. Un duo vocale femminile, frutto di una ricerca lunga e rigorosa *canti d'amore e di lavoro del territorio aurunco*, presenta un repertorio che valorizza il canto a distesa e soprattutto le voci nelle sfumature più tradizionali del canto contadino. Giardino Romantico di Palazzo Reale, Napoli - 6 luglio 2019

L'amica geniale - Visioni dal set

Mostra fotografica delle immagini del set cinematografico della serie *L'amica geniale*. L'iniziativa sarà rilanciata anche da una serie di installazioni di street-art a cura del fotografo di scena Edoardo Castaldo ed ispirate alla tetralogia di Elena Ferrante realizzate in maniera permanente presso il rione Luzzatti di Napoli, luogo di ambientazione delle vicende del libro e che ha ispirato le ricostruzioni scenografiche della serie. Museo Madre, Fondazione Donnaregina - dal 6 luglio 2019

Canti e suoni della dimenticanza

Progetto antologico realizzato da Raffaella Converso che comprende un arco musicale che spazia da cinquecento-

sce villanelle della *Napoli gentile* a settecentesche reminiscenze pergolesiane o vinciane di eccellenti aree dell'opera buffa. Orchestrations Roberto De Simone. Chiesa di Santa Maria della Colonna, Napoli - 7 Luglio 2019

Avion Travel - Privè

Concerto di Avion Travel con Peppe Servillo contenente 11 tracce, di cui 10 canzoni ed un brano extra strumentale, scelte tra quelle che in questi anni sono sembrate più pertinenti all'idea che il gruppo vuole realizzare. Belvedere San Leucio, Caserta - 7 luglio 2019

V Viaggio Barocco

Rappresentazione ibrida tra opera, danza e teatro che mette in scena le vicissitudini di due coppie occidentali, di estrazioni sociali diverse, ma con problematiche analoghe, che fanno da specchio alla crisi tra i due emisferi del nostro pianeta. Regia Angelo Smimmo. Palazzo Reale, Napoli - 7 luglio 2019

Viaggio in Italia

Alice presenta il suo viaggio in Italia interpretando brani di diversi cantautori (Battiato, Dalla, De Andrè, De Gregori, Fossati, Gaber, Guccini...). Cortile d'onore di Palazzo Reale, Napoli - 8 luglio 2019

Sala d'attesa - The Waiting Room

Quattro serate, quattro sale d'attesa. In ognuna prende forma da un intreccio di voci una trama diversa, con l'aiuto della musica, delle parole e delle immagini. Dentro ogni sala, evocati, spiegati, cantati e raccontati, si celebra la bellezza della complessità, della trama intrecciata della storia e del presente in uno spettacolo interattivo sui grandi temi che coinvolgono l'umanità. Regia di Ettore De Lorenzo. Cortile delle carrozze di Palazzo Reale, Napoli - 9/10/12/13 luglio 2019

Fabiana Martone

"Memorandum", l'ultimo lavoro della solista. Giardino Romantico di Palazzo Reale, Napoli - 9 luglio 2019

Cavalleria Rusticana di Pietro Mascagni

Opera in un unico Atto di Pietro Mascagni, su libretto di Giovanni Targioni-Tozzetti e Guido Menasci, tratto dalla novella omonima di Giovanni Verga, diretta da Juraj Valcuha. Teatro San Carlo, Napoli - 9 luglio 2019

Strativari

Due gruppi musicali assai diversi per vocazione e storia (Capone & BungtBangt) collaborano, con la complicità teatrale preziosa di Iaià Forte, a realizzare uno spettacolo nuovo che, alternando citazioni a contributi originali, celebra l'immagine inconsueta di una Napoli multiforme e, proprio per questo, non etichettabile. Cortile d'onore di Palazzo Reale, Napoli - 10 luglio 2019

The Funkin' Machine

Concerto funk volto al recupero dell'autentica sonorità del funk anni '60-'70. Giardino Romantico di Palazzo Reale, Napoli - 11 luglio 2019

L'Isola di legno

Concerto dell'orchestra di Piazza Vittorio. È il risultato di diciassette anni passati a suonare insieme; le storie che verranno narrate saranno quelle che gli artisti si sono raccontate durante le interminabili ore di viaggio dei tour nazionali ed esteri. Abbazia di Mercogliano, Avellino - 12 luglio 2019

Uanema Swing Orchestra

Concerto swing di una delle formazioni più brillanti del panorama italiano nel quale sembra di immergersi in un ballroom negli anni '30 ad Harlem, a Chicago o a New Orleans trascinati dal ritmo coinvolgente dello swing, tra vecchie ballads, languidi blues e balli scatenati. Giardino Romantico di Palazzo Reale, Napoli - 12 luglio 2019

Bagarija Orkestar

Una banda di fiati e percussioni che nasce nel 2018 dal cuore cosmopolita di Napoli. Ispirandosi alle fanfare provenienti dall'est Europa ricreano quel clima di liberatrice magia collettiva propria delle feste balcaniche, mantenendo al contempo salde le proprie radici grazie all'innesco della musicalità di cui la città è immensamente ricca senza pregiudizi di sorta. Giardino Romantico di Palazzo Reale, Napoli - 13 luglio 2019

Italian Surf Academy

Chitarrista onnivoro e raffinato, con Italian Surf Academy, Marco Cappelli propone un viaggio per suoni ed immagini nell'atmosfera vintage dei favolosi anni '60 e '70. Con le immagini di VJ Lapsus (aka Andrea Pennisi) e la voce di Chiara Civello come graditissima ospite. Giardino Romantico di Palazzo Reale, Napoli - 14 luglio 2019

Percorsi di vita

Il parco di Capodimonte per le Universiadi sarà reso fruibile per le attività sportive. Saranno ripristinati i luoghi e installate le attrezzature per gli esercizi all'aria aperta, nonché per creare aree pic-nic. Museo e Real Bosco di Capodimonte - dal 30 giugno

Manniversiadi

Mostra dal titolo *Manniversiadi* finalizzata ad evidenziare il rapporto tra gli atleti dell'antichità e gli atleti moderni - Passaggio della fiaccola delle Universiadi il 2 luglio. Museo MANN - dal 30 giugno

Performance del Ballerino Sergei Polunin e della sua compagnia Villa Rufolo, Ravello - 12 luglio 2019

La congiura dei baroni: itinerario turistico culturale tra Campania e Basilicata in occasione delle Universiadi e Matera, capitale europea della cultura

Lancio e promozione di un itinerario turistico-culturale nei territori delle regioni della Basilicata e della Campania denominato *la congiura dei Baroni* in occasione delle Universiadi e Matera 2019. Tale itinerario condurrà il visitatore nei luoghi interessati dagli eventi storici della congiura dei baroni: Castello del Maschio Angioino (NA), Castello dei

UNA NUOVA STELLA PER AIRONE BOUTIQUE HOTELS

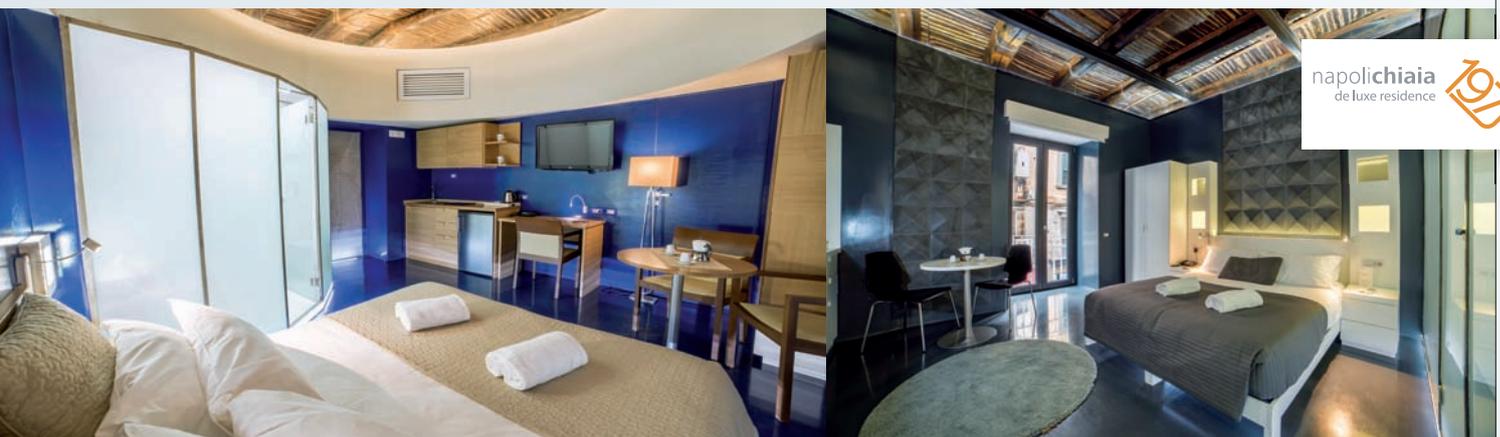
Si consolida il marchio ABH - AIRONE BOUTIQUE HOTELS della famiglia De Negri con 100 posti letto a Napoli, divisi in 5 strutture extralberghiere + l'Hotel Airone Nuova apertura: Morelli Suite

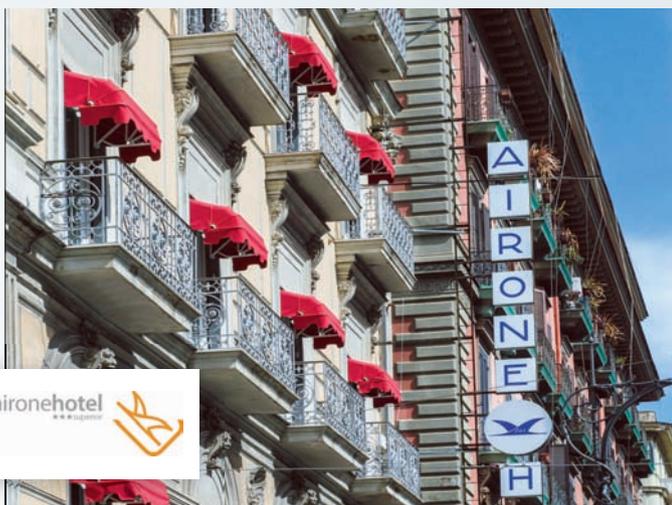
Il gruppo AIRONTOUR nato nel 1975 come T.O. leader nel settore del turismo organizzato e sartoriale, amplia la sfera di interesse anche al turismo ricettivo creando il brand ABH.

Benvenuti in ABH - AIRONE BOUTIQUE HOTELS la miglior proposta di strutture ricettive nel cuore di Napoli. Circa 50 sono le camere disponibili con oltre 100 posti letti garantiti! Tutte le strutture ABH sono arredate con gran gusto, le stanze godono di un design personalizzato e pensato ad hoc per ognuna di esse. Tra i comfort: aria condizionata, TV satellitare, internet, Wi-Fi, minibar, cassaforte ed in alcune anche angolo cottura. Accoglienza familiare, professionalità indiscussa e passione innata si fondono perfettamente con il tradizionale spirito napoletano di massima ospitalità, per rendere la tua vacanza a Napoli veramente da sogno.



In via Chiaia, cuore dello shopping cittadino, sono presenti 3 strutture: la prima nata è **CHIAIA 32**, seguita da **CHIAIA 197** dove ogni stanza è dedicata ad un angolo storico di Napoli, ed una splendida **SUITE**, particolare accomodation ideale per una famiglia o per chi ha l'esigenza di usufruire di un lungo periodo di soggiorno, magari per lavoro. Vanta infatti 2 bagni, una camera matrimoniale posta in un grazioso spazio soppalco, angolo cucina, TV, riscaldamento, aria condizionata e poltrone, per un totale di 6/8 posti letto e perfino una **SALA RIUNIONI!**





La recente nascita del primo **AIRONE HOTEL** è stata la pista di lancio per entrare con il piede giusto nel nuovo mondo della ricettività turistica moderna, che preferisce e richiede l'ospitalità personalizzata, in modo tale da sentirsi sempre in casa propria. L'Airone Hotel è un **TRE STELLE SUPERIOR** che dispone di una sala colazione posta sulla sua *Terrazza del Cerriglio*, con vista sullo Skyline del centro di Napoli, pensata per poter ben servire gli ospiti ma ideale anche per meeting di lavoro o altri eventi. Offre disponibilità di 40 posti letto in 18 camere, completamente rinnovate così come la nuova accogliente hall accogliente, appena inaugurata. Situato in via del Cerriglio, ad angolo con via Guglielmo San Felice ed a due passi da tre Metropolitane e dalle funicolari, in una posizione equidistante dal centro storico e dalle principali vie dello shopping del salotto di Napoli.



È stato appena inaugurato anche il **MORELLI SUITE** piccolo scrigno di raffinatezza in un palazzo del 1700, in via Vannella Gaetani 15, angolo con via Morelli, a due passi dalla famosa Piazza dei Martiri una delle più eleganti e storiche piazze di Napoli. Pavimenti in ceramica di Vietri disegnati a mano, soffitti in legno antico e pareti decorate da artisti di fama. Le camere del Morelli Suite sono cinque, delle quali due Suite; la squisita piccola colazione è servita, all'orario indicato dall'ospite, con carrello portato direttamente in camera.

Per completare l'offerta dei servizi, su richiesta è possibile prenotare biglietti per Musei e Monumenti, guida turistica personale ed escursioni private in auto o minibus in qualsiasi località turistica di Napoli o della Regione Campania. Basta rivolgersi al personale delle reception, oppure all'Agenzia di viaggi **AIRONTOUR** in via Chiaia 199.

Buon soggiorno a Napoli ed in Campania

INFOLINE 335 258204

Sotto il sole di un'estate italiana

ASTOI analizza le tendenze della stagione 2019: fra alti e bassi le prenotazioni crescono nei tradizionali tre mesi che i connazionali scelgono per le vacanze mentre i tour operator studiano... la geografia

È sempre interessante monitorare i flussi dei nostri connazionali nei periodi dei grandi spostamenti, perché danno un quadro del costume della nostra società.

L'Osservatorio ASTOI Confindustria Viaggi, l'associazione che rappresenta oltre il 90% del mercato del tour operating italiano, ha analizzato le prenotazioni dell'estate per i mesi giugno-settembre 2019 ricavando il quadro sintetizzato così dal presidente ASTOI, Nardo Filippetti: "Abbiamo registrato una crescita delle prenotazioni, rispetto al 2018, dal 5% al 10%, dopo una primavera eccezionale sia per volumi che per passeggeri. Gli italiani in estate si assentano per meno di due settimane, ma per permettersi viaggi anche in altri periodi dell'anno. Abbiamo assistito a una trasversale domanda di flessibilità: anche molti soci che operano con voli charter stanno modificando la propria offerta per andare incontro alle esigenze dei consumatori".

L'analisi ha riguardato anche le località che i tour operator propongono in catalogo e il livello di risposta del mercato: "A livello di destinazioni vediamo alcune riconferme, come il boom del Mar Rosso, la passione

degli italiani verso il Giappone, la predilezione verso il mare delle nostre isole meridionali, ma è nostro dovere essere capaci di ricercare e proporre nuove mete. Alcuni associati hanno investito sull'Oriente, altri stanno studiando e valutando Africa Australe e Americhe. Siamo attenti alla geografia così come alle tendenze; in questo senso è opportuno leggere i dati, in crescita, del segmento giovani, il bacino 15-35 anni che si muove secondo ampie coordinate: dai soggiorni per imparare l'inglese al divertimento dopo la maturità, ai viaggi che aggregano single".

ASTOI conferma anche la sua attenzione a fornire al mercato i giusti indirizzi e le indicazioni più opportune per evitare che il cliente incappi in brutte sorprese: "Come Associazione da tempo abbiamo avviato un'importante campagna di comunicazione per trasmettere il valore di una vacanza organizzata e l'importanza delle garanzie e della sicurezza che tour operator e agenzie di viaggi offrono, anche in virtù di precisi obblighi di legge".

L'INDAGINE: SI PARTE, SEMPRE

L'indagine richiamata da Filippetti, analizzata più in dettaglio, rivela che la totalità degli associati ASTOI ha registrato una **crescita delle prenotazioni rispetto al 2018**, in un range che va **dal 5% al 10%**.

Non è un dato scontato: le prenotazioni per questa estate sono iniziate con grande vigore e alte percentuali di crescita da gennaio fino al 31 marzo, seguite da un forte rallentamento, contingente e fisiologico, in aprile e maggio, causato dal boom delle prenotazioni delle vacanze primaverili di Pasqua e Ponti (paragonabili all'alta stagione), dal brutto tempo, che ha caratterizzato tutta la penisola e anche dalle elezioni politiche europee.

Nonostante l'andamento discontinuo delle vendite, grazie agli alti volumi realizzati entro il 31 marzo, che hanno assicurato una buona parte del fatturato estivo dei tour operator, e alla ripresa della domanda e delle prenotazioni tra fine maggio e inizio giugno, le previsioni per l'estate 2019 restano positive e in crescita.

La durata di viaggi e vacanze va dai classici 7 giorni ai 13 giorni al massimo. Un tempo le vacanze estive erano più lunghe, oggi gli italiani preferiscono diluire i giorni liberi in più periodi dell'anno.

Le politiche di prenotazione anticipata (advance boo-



iana...

Nardo
Filippetti



king) hanno generato alte performance di vendita, in particolare nei primi 3 mesi dell'anno. Si riconferma, quindi, in crescita anche quest'anno la tendenza, di una parte degli italiani, ad anticipare le decisioni e l'acquisto della vacanza, per garantirsi migliori prezzi e soluzioni di viaggio, in linea con i trend europei.

Un dato da leggere è l'allungamento delle stagioni di spalla: maggio e ottobre piacciono molto, anche grazie al Mar Rosso, che rappresenta una destinazione con prezzi allettanti e clima ideale anche in questi mesi.

LE DESTINAZIONI PIÙ APPREZZATE

In Italia i soggiorni mare premiano per l'ennesima volta Sardegna, Sicilia, Puglia e Calabria. Però piacciono anche le città: Venezia, Firenze, Roma.

In Europa hanno ottenuto grande consenso i tour in Bulgaria, Russia e Serbia. Bene anche Germania, Irlanda, Gran Bretagna.

Il medio raggio ha visto ripartire, dopo alcuni anni di stasi, la **Turchia** e, dal punto di vista dei soggiorni balneari, la **Tunisia**; si riconferma l'alta richiesta per il **Mar Rosso egiziano**, ormai in forte ripresa da oltre un anno, con numeri molto importanti e un innalzamento di qualità e prezzo medio pratica.

La Grecia non ha mostrato cambiamenti significativi rispetto alle estati passate, la **Spagna** ha sempre una buona richiesta ma in calo rispetto allo scorso anno a causa di prezzi più alti.

Le crociere muovono tanti passeggeri nel Mediterraneo Orientale, nelle Capitali Baltiche e nel Nord Europa.

Il lungo raggio conferma l'alta domanda di destinazioni come gli **Stati Uniti**, tour dei parchi in particolare, e il **Giappone**. Tutti i Soci che le programmano rilevano un inarrestabile trend positivo.

Il relax nei mari lontani non è più una tendenza esclusivamente invernale: agli italiani piace abbronzarsi anche in estate **nell'Oceano Indiano** specialmente a Zanzibar, in Kenya, Madagascar e Maldive ma anche in Oriente sulle spiagge della Malesia.

Buona anche la richiesta di tour di scoperta, abbinati al relax, per mete come il **Sud Africa** con estensione **Mauritius e Seychelles**.

Le destinazioni dove invece si sono rilevate flessioni nella domanda, rispetto al passato, sono Messico, Sri Lanka e Caraibi (Repubblica Dominicana esclusa).

NOVITÀ E RIVELAZIONI

L'Osservatorio ASTOI Confindustria Viaggi ha registrato le reazioni di fronte a nuove destinazioni e nuove tipologie di prodotto.

Sono sempre più richiesti i **resort adults only** e sempre bene accolte le **nuove mete**; quest'anno hanno



preso piede la Colombia, le crociere che abbinano Baleari e Sardegna, l'Islanda declinata in modi alternativi (trekking, tenda, self drive di gruppo con guida). È piaciuta la **personalizzazione**, come ad esempio vacanze surf alle Maldive, viaggi in compagnia di noti fotografi professionisti e tour d'élite, con alto livello di servizi, ristoranti con menu à la carte e guide a disposizione.

Per i giovani, stanno riscuotendo molto successo le **vacanze studio tematiche**, dove si abbinano corsi di lingua alla pratica di uno sport, allo studio del giornalismo, così come i combinati con viaggi avventura/natura, viaggi culturali che prevedono visite a prestigiose università locali.

FOCUS GIOVANI

I millennials e parte della "generazione z" rappresentano un segmento molto interessante, a livello economico e socioculturale, e **crece il numero di coloro che si affidano ai viaggi organizzati** grazie anche allo sviluppo di un'offerta dedicata e mirata sia all'interno di grandi gruppi che da operatori di nicchia specializzati.

Fascia 15-17 anni

I viaggi studio per ragazzi 15/17 anni sono cresciuti, nell'estate 2019, dell'8%. Le famiglie credono nel valore dell'esperienza education e mandano i figli non più solo in Europa ma anche negli Stati Uniti e Canada. Si va dalle 2/3 settimane di permanenza fino al semestre scolastico. La tipologia di soggiorno più ambita è il college rispetto alla famiglia.

L'inglese rimane la lingua di punta; destano molto interesse anche lo spagnolo e alcune lingue "emergenti", quali il russo e il cinese, mentre meno richieste sono il francese e il tedesco.

Fascia 17 - 20 anni

Nascono nuovi format di villaggi vacanze con coach esperti di divertimento, dove l'aggregazione avviene in un clima di protezione. Inoltre, impazza il viaggio post maturità, all'insegna del divertimento, si abbandonano i libri e si indossa il costume; le località preferite nell'estate 2019 sono Gallipoli, Manfredonia, Lloret de Mar e Ibiza (Spagna), Buddva (Montenegro), Kavos, Corfù, Zante (Grecia). I giovani italiani mostrano anche molto interesse per l'high school program che permette di frequentare un periodo che va dai tre ai sei mesi fino a un anno, in una scuola straniera, consentendo ai ragazzi di stare a contatto con altri studenti provenienti da tutte le parti del mondo e di alloggiare in college o presso una famiglia locale.

Fascia 25-35 anni

Il pubblico delle crociere si è indirizzato verso quelle che sostano alle Baleari (Palma di Maiorca e Ibiza). Il segmento che vuole viaggi di gruppo on the road, dove il 65% è rappresentato da donne, mostra idee chiare: per i viaggi di scoperta le destinazioni sono Giordania, Giappone, Colombia e Perù, mentre per l'abbinata visite e mare, sono state scelte Indonesia, Thailandia, Corfù e Sicilia.

COMUNICAZIONE E PROSPETTIVE

Quest'anno molti soci ASTOI hanno investito in azioni di comunicazione rivolte al consumatore finale. Dagli spot televisivi alle affissioni a pubblicità su riviste cartacee. Dal veicolare il finanziamento a tasso zero a una maggiore presenza digitale, con cataloghi on line, mail newsletter e social media.

Si semina anche in vista dell'autunno/inverno con attività di comunicazione e posizionamento dei brand. Gli andamenti per i mesi da ottobre in poi sono attualmente altalenanti ma già si intravede l'interesse verso le vacanze di Natale/Capodanno, specialmente sul target lusso.

CROCIERE DI NATALE E CAPODANNO 2019: È IL MOMENTO PERFETTO PER PRENOTARE.



Proponi ai tuoi clienti di festeggiare le vacanze di Natale, nelle più belle destinazioni del mondo, a bordo delle nostre navi all'avanguardia.

L'intrattenimento dedicato, il comfort e l'eleganza della nostra flotta regaleranno delle feste indimenticabili a tutti i tuoi clienti:

- Raffinate Cene di Gala, preparate dai nostri rinomati chef
- Decorazioni, musiche e mercatini natalizi per un'atmosfera perfetta
- Grande festa di Capodanno, con balli e tradizionale conto alla rovescia in attesa della mezzanotte

E prenotando ora, 3 giorni di quota crociera sono gratis*!



MSC
CROCIERE

NON È UNA CROCIERA QUALSIASI

Per tutti i dettagli
visita mscbook.com
o chiama 848242411**

*Offerta valida per prenotazioni dall'8/04/19 al 31/07/19 per crociere di durata uguale o superiore alle 7 notti. Non retroattiva, soggetta a disponibilità limitata da verificare al momento della conferma e attiva sulla Tariffa del Giorno (Prima Premia o Best Price Today). Non cumulabile con altre promo da/extra catalogo ad eccezione dello sconto del 5% previsto per i soci MSC Voyagers Club. Lo sconto è calcolato sulla quota crociera solo dei primi due passeggeri, nella misura di 3 notti sul totale delle notti previste dalla crociera (ad esempio 3/7 della Tariffa del Giorno per le crociere di 7 notti; di 3/14 della Tariffa del Giorno per le crociere di 14 notti; ecc.). Per Antille ed Emirati la promo è attiva solo sui Pacchetti Vola e Val. **Numero a costo ripartito. Per il dettaglio dei costi della chiamata visita il sito mscbook.com

Dal golf una grande opportunità per il mondo del travel italiano

Come sfruttare il potenziale sviluppo turistico legato al connubio golf e turismo che nasce dall'appuntamento con la Ryder Cup 2022 di Roma: presentata la piattaforma on line Best Golf

Un progetto integrato tra golf e turismo, in cui il golf vada a rafforzare le attrattive del territorio, coniugando la componente sportiva con ricettività, cultura ed enogastronomia.

Tutto questo potrebbe svilupparsi **grazie all'opportunità della Ryder Cup che Roma ospiterà nel 2022** che, se sviluppata a dovere, potrà avrà un suo seguito con il **golf che rappresenterà un forte elemento di destagionalizzazione per incentivare l'utilizzo delle strutture nella bassa stagione**. Si potrà così assecondare l'ambizione di allungare la stagione di un Paese come l'Italia favorito da un clima ideale in molte regioni. Ciò potrebbe attrarre numerosi golfisti nordeuropei che tra ottobre e aprile potrebbero venire a misurarsi sui nostri campi, ma anche di nord americani (64 milioni di giocatori) più gli asiatici. Un affare vantaggioso per il nostro territorio in termini di business perché **il turista-golfista si trattiene più a lungo rispetto al turista medio** (una media di sette giorni del primo contro i quattro dell'altro) e, **soprattutto, spende il doppio** dedicando solo il 10% della spesa totale al golf e il restante 90% a tutte le altre voci tipiche di un soggiorno, a totale vantaggio

del territorio che lo ospita (fonte: Protiviti, Federgolf). Gli scenari legati al connubio fra golf e turismo sono stati delineati a Roma nel corso del meeting "Golf & Travel Meeting 2019" organizzato da Best Golf per mettere a fuoco le imminenti opportunità che il mondo del golf worldwide sta offrendo al turismo italiano. Al meeting hanno partecipato rappresentanti istituzionali sia nazionale che locali e di tutte le associazioni imprenditoriali del turismo.

Nel corso dell'incontro è stato presentato Italy Best Golf in Tour, il meeting che nei prossimi mesi consentirà ai protagonisti del travel di scoprire, direttamente sul campo, come fare business con il turismo golfistico. Presentata inoltre **la piattaforma all in one Best Golf** che consente di verificare in tempo reale la disponibilità di green fee. **Annunciate anche le date della WorlAm Roma 2020, la prima gara internazionale per golfisti amateur di tutto il mondo.**

"Come tutti i grandi eventi sportivi, la Ryder Cup ha un valore che supera l'evento stesso. Dopo le Olimpiadi, Torino è diventata una città conosciuta nel mondo e addirittura studiata dalle grandi università per la capacità di impatto sull'immagine di una destinazione rispetto ad un evento. Oggi ci troviamo di nuovo di fronte a questa occasione. Da questo momento in poi il nostro paese, già turisticamente conosciuto, avrà un altro elemento in più per essere apprezzato" ha spiegato Caterina Cittadino, - Capo Dipartimento Ministero delle Politiche Agricole Forestali e Turismo che poi ha aggiunto: "Il modo di fare vacanza è cambiato, il modo di scegliere una destinazione non avviene più per le immagini ma per l'esperienza. Il turista ormai è maturo ed evoluto e guarda ad un paese in relazione ai propri hobby, ai propri bisogni e le proprie esigenze. Non immagina la vacanza come qualcosa di avulso alla sua vita personale. Il golf è uno sport che noi definiamo di nicchia ma importante perché ha grandi numeri nel mondo e quindi far conoscere il nostro paese dove si può fare questo sport sarà un motivo in più di attrazione specifica.

Dal punto di vista turistico potremmo creare percorsi del golf che consentano al turista di girare per l'Italia. Questo potrebbe servire a colmare l'esigenza di far conoscere destinazioni meno conosciute rispetto,





Paolo Garlando



per esempio, a Roma e Venezia, grazie ai campi da golf che sono distribuiti sul territorio e in ambienti più sostenibili rispetto alle grandi città e vanno davvero incontro a questa esigenza di un turismo dell'esperienza".

L'ESEMPIO FRANCESE

Il confronto fra imprenditori, associazioni e politica ha messa a fuoco le opportunità che potranno nascere per il turismo golfistico italiano da qui al 2022 e oltre, grazie alla Ryder Cup di Roma e si è discusso di come sfruttare questa opportunità, per costruire da subito un sistema turistico all'altezza del target e per garantire un flusso di incoming nazionale ed internazionale anche nel futuro, con un'ampia ricaduta territoriale.

Perché la Ryder Cup, e quindi il golf, rappresenterà un grande volano per la promozione turistica dell'Italia, oltre che un grande momento di business? Il bilancio tracciato nell'ultimo rapporto **Ryder Cup Europe** relativo all'evento ospitato dalla Francia nel 2018, riassume così i numeri della manifestazione: **gli spettatori sono arrivati da più di 90 paesi**, in prevalenza dal Regno Unito e poi da Stati Uniti, Germania, Olanda, Irlanda, Belgio, Svizzera, Spagna, Svezia e Danimarca. **In totale, hanno generato 220.000 pernottamenti** inclusi quelli l'8% dei visitatori che hanno prolungato la propria permanenza in Francia oltre la settimana della Ryder Cup. Il rapporto rivela che **il movimento economico generato in Francia nell'occasione ammontava a 235,7 milioni di euro**. Il dato tiene conto della spesa di tutti gli spettatori e partecipanti agli eventi, oltre a tutte le spese organizzative.



SERVE OFFERTA DEDICATA E BEN STRUTTURATA

"Con l'arrivo della Ryder Cup di Roma nel 2022, cresce ogni mese la visibilità dell'Italia verso gli 80 milioni di turisti golfisti di tutto il mondo. Nasce così una immediata e promettente occasione di sviluppo economico per il settore del travel italiano - ha dichiarato **Paolo Garlando, co-founder di Best Golf e organizzatore dell'incontro** - I golf club e le imprese del turismo ad esso connesso, possono da subito intercettare nuovi e preziosi flussi turistici diretti verso l'Europa e verso l'Italia, con un indotto economico da non sottovalutare ed una diffusione geografica e stagionale molto ampia. **La parola d'ordine sarà: "offerte turistiche customizzate"**, una soluzione concreta che darà subito i suoi frutti e che potrà durare negli anni, ben oltre il 2022, se ben strutturata ed organizzata a partire da oggi. È giunto il momento di agire e di mostrare al mondo del turismo golfistico mondiale quanto sia meraviglioso un viaggio da noi. Un viaggio unico, come l'Italia".

Il golf è lo sport più praticato al mondo. I numeri lo indicano in maniera evidente: **sono più di 100 milioni i giocatori che popolano i 35mila campi sparsi in tutto il mondo, generando un giro d'affari che supera i 70 miliardi di euro l'anno.** I turisti-golfisti che, sacca in spalla, viaggiano con drive e ferri alla ricerca di nuove destinazioni a 18 buche sono circa 25 milioni ogni anno, per un movimento turistico che produce un fatturato mondiale di oltre 40 miliardi di euro. E, elemento da non sottovalutare, rappresenta quella figura di turista con alta capacità di spesa, oggi particolarmente ambito.

BEST GOLF. LA PIATTAFORMA ALL IN ONE

Parola d'ordine: "Green fee online" con disponibilità aggiornata in tempo reale. Digitalizzare, fare sistema, creare visibilità.

Best Golf è la piattaforma made in Italy creata su mi-

sura per il golf italiano, che permette ai circoli di Golf di gestire, vendere online e promuovere i Green Fee, le gare e le Vacanze Golf. Best Golf ha un gestionale collegato in tempo reale ad un booking engine che vende online green fee sia sul sito web del campo da golf che sul portale di Italy Best Golf.

Il Totem nei circoli: la piattaforma Best Golf offre ai circoli il Tabellone Digitale. Un Totem con schermo touch screen da posizionare negli spazi comuni, che sostituisce il classico tabellone di carta appeso al muro per le prenotazioni. Il totem è aggiornato in tempo reale con il gestionale.

Il giocatore potrà effettuare le prenotazioni di green fee e gare e vacanze, potendo visionare il posto dei propri compagni.

Il totem permetterà di prenotare anche gli altri campi del network Best Golf, offrendo visibilità condivisa e vendita per tutti.

adp

Nuova occasione per Roma



Un evento sportivo preceduto, come importanza, solo dalle Olimpiadi e dalla Coppa del mondo Fifa: si tratta della Ryder Cup, che sarà ospitata da Roma nel 2022 e rappresenterà un volano per la ricettività italiana, lavorando anche nel senso della tanto invocata destagionalizzazione. L'iniziativa è stata presentata a un autorevole parterre nel golf club Acquasanta, il più antico d'Italia immerso nel verde dell'Appia e fondato nel 1903.

"In occasione della Ryder Cup Europe tenutasi in Francia nel 2018, si sono registrati a Parigi 250.000 spettatori da più di 90 paesi, 500.000 turisti e 220.000 pernottamenti, con 260 milioni di euro d'incassi – ha detto Paolo Garlando, cofounder di Best Golf, la nuova piattaforma che permette di digitalizzare il mondo golfistico italiano in termini sportivi e turistici - Abbiamo colmato la necessità di digitalizzare il green

fee. I 64 milioni di golfisti americani, anche in età avanzata, sono già abituati ad acquistarlo online, in Italia si fa una telefonata o si scrive un'email aspettando risposta. Attraverso la piattaforma si venderanno anche le gare e le vacanze golf, sport che va a braccetto con il turismo, perché il golfista ama scoprire campi diversi in cui giocare. Con la Ryder Cup 2022, circa 100 milioni di golfisti fisseranno la propria attenzione su un'Italia che non è soltanto variegata offerta culturale e gastronomica, ma anche eccellenza in ambito golfistico, con bellissimi campi prevalentemente concentrati in Piemonte, Lombardia, Veneto, Emilia e Toscana. Roma ha pure campi da golf molto belli e vicini alla città, come quello che ci ospita".

La Capitale, inoltre, ospiterà l'anno prossimo, dal 5 al 7 agosto, Wingolf Worldam, la prima gara internazionale per golfisti amatori di tutto il mondo e che coinvolgerà quattro campi da golf di Roma, con circa 1.500 ospiti pronti a soggiornare nella Città Eterna dalle quattro alle sette notti.

Da questo mese di luglio, intanto, parte l'Italy Best Golf in Tour, che ha l'obiettivo di illustrare come fare business con il turismo golfistico attraverso la creazione di una rete tra numerose realtà territoriali e il dialogo tra direttori e presidenti dei circoli di golf con proprietari e direttori alberghieri di varie regioni italiane.

Valentina Maresca



Brazil's Market Leader and Largest Airline.

With 15 international destinations and 62 domestic flights, we reach more than 700 daily flights.

#NEWGOL. New times in the air.

In partnership with  DELTA  AIRFRANCE  KLM



È la Cina il mercato leader dello shopping nella Capitale

Secondo le rilevazioni Global Blue, a Roma salgono del 10% gli acquisti tax free da gennaio a maggio 2019 sullo stesso periodo dell'anno scorso

Lo shopping a Roma parla cinese: è quanto rileva Global Blue, multinazionale che offre tra i propri servizi il tax free shopping, cioè la possibilità per i cittadini extra Ue di ricevere il rimborso dell'Iva. "A Roma, in particolare, nel periodo gennaio-maggio 2019 si è registrato un aumento del 10% di acquisti tax free rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, con un incremento dell'8% del valore dello scontrino medio, che ha raggiunto i 940 euro - ha illustrato Antonella Bertossi, partner relationships & marketing manager Global Blue - A trainare gli ac-

quisti rimangono i cinesi che, con un peso del 27% sul totale delle vendite nella Capitale, detengono anche il primato dello scontrino medio più alto, a quota 1.425 euro. Seguono i turisti russi, dal peso del 13% sul totale e che hanno fatto segnare un incremento del 25% negli acquisti tax free nei primi cinque mesi dell'anno sugli stessi del 2018, spendendo in media 734 euro, mentre gli statunitensi hanno speso mediamente 1.069 euro e rappresentano un peso del 10% sul totale del tax free shopping a Roma". Bertossi ha insistito anche sulle nazionalità emergenti dei globe shopper nella Città Eterna, provenienti sempre più spesso da Hong Kong e Taiwan. I primi, infatti, che coprono il 3% del totale delle vendite, hanno fatto registrare da gennaio a maggio 2019, sullo stesso periodo dell'anno scorso, una crescita del 48% del numero di acquisti e un valore dello scontrino medio, arrivato a 2.065 euro, in rialzo del 36%, mentre i secondi hanno fatto segnare un aumento del 17% degli acquisti e un valore dello scontrino medio, giunto a 926 euro, in crescita dell'8%.

Ulteriori cifre sono state date da Francesco Pesenti Barilli, senior market representative di UnionPay, il circuito maggiore al mondo per numero di carte di pagamento circolanti emesse e accettate rispettivamente in 52 e 174 paesi, con una copertura pari a 55 milioni di esercenti e 2,9 milioni di sportelli ATM: "Il 60% dei turisti cinesi rimane in Asia, ma il 12% viene in Europa. Nel 2018 i consolati italiani in Cina hanno rilasciato 460.000 visti, con un incremento del 16% sul 2017. Solo l'8% dei cinesi ha un passaporto, si pensi dunque al potenziale se la percentuale dovesse crescere". Il flusso dei turisti cinesi nel mondo è passato dai 107 milioni del 2014 ai 162 del 2018, superando i 150 milioni ipotizzati nel 2016 per il 2020. "Le destinazioni italiane preferite rimangono Milano, Venezia, Roma e Firenze - ha detto Pesenti Barilli - ma non mancano altre mete come Verona, Torino, Bologna, Napoli, Perugia e Siena. Gli individuali nel 2018 sono cresciuti del 17% sul 2017 e l'80% dei viaggiatori è infrequent: quello in Europa, cioè, è un unico viaggio. Poi ci sono altre destinazioni come gli Stati Uniti o l'Australia, che dalla Cina non è così lontana".

Valentina Maresca





visititaly
Community

Visit Italy meglio di Italia.it

È italiana la startup titolare del progetto Visit Italy, si chiama Marketing Italia ed in nove mesi ha unito oltre 500.000 utenti in tutto il mondo. Una Community in continua crescita e tra le più attive del web, nata per valorizzare le migliori destinazioni e facilitare l'esperienza del viaggiatore durante il proprio soggiorno in Italia. Dall'altro lato Italia.it, con i suoi 480.000 utenti ottenuti in 10 anni.

Riassumendo brevemente la vicenda, il progetto Italia.it è stato avviato nel marzo del 2004 dal ministero per i Beni e le Attività Culturali ed affidato al consorzio Sviluppo che ha assegnato parte dell'appalto a Ibm, Its e Tiscover. La stessa situazione però emerge anche dal confronto web, dove il portale ministeriale appare totalmente fermo, mentre www.visititaly.eu è attualmente in corsa ai .eu Web Awards di Bruxelles come migliore portale d'Europa nella categoria 'House of'. Occorre sottolineare che l'idea del Governo era assolutamente buona in quanto l'intero progetto avrebbe permesso di promuovere online l'Italia a livello mondiale, in maniera particolare le migliori destinazioni, residence, alberghi e ed attività a vocazione turistica e ricettiva. Un modo di generare incoming turistico, quello del marketing online, che negli ultimi anni ha fatto la differenza per le principali destinazioni Europee e mondiali.

“Abbiamo notato che nonostante il progetto Italia.it fosse lento a decollare, l'esigenza dell'Italia di essere rappresentata online fosse invece imminente. Per troppo tempo il *prodotto Italia* è stato raccontato e venduto in tutto il mondo da guide e tour operator esteri. Visit Italy invece è l'Italia raccontata dagli italiani” affermano Ruben Santopietro e Paolo Landi, tra i fondatori della startup.

I giovani professionisti di Marketing Italia infatti, a lavoro su Visit Italy, non sono nuovi del settore digital marketing turistico. La startup nasce nel 2016 con i progetti Visit Venezia e Visit Naples, quest'ultimo con oltre 200 milioni di views ottenuti in rete, ha contribuito ed una crescita turistica del capoluogo campano di +94% in 3 anni. L'azienda affiancata dal tour operator Aironetour e dalla software house Wiplab, nel 2018 inizia a lavorare al progetto Visit Italy con una vision molto chiara: diventare il punto di riferimento per l'incoming turistico online e portare l'Italia al primo posto (attualmente al 5°) tra le mete turistiche mondiali.

(comunicato stampa)

In pochi mesi la startup è andata oltre i risultati ottenuti in dieci anni dal portale ministeriale nato per promuovere l'offerta turistica italiana e costato diversi milioni di euro



MSC Seashore è già nelle agenzie

MSC Seashore arriva in agenzia. In attesa di vedere la nuova unità salpare per il suo primo viaggio il 13 giugno 2021, MSC Crociere ha annunciato l'apertura delle vendite per i suoi itinerari per la sua stagione inaugurale nel Mediterraneo occidentale. A partire da giugno 2021, MSC Seashore sarà protagonista di un itinerario di sette notti con scalo negli iconici porti di Genova, Napoli, Messina, La Valletta, Barcellona e Marsiglia.

MSC Seashore sarà la terza nave dell'innovativa generazione Seaside, dopo le navi MSC Seaside e MSC Seaview, varate rispettivamente nel 2017 e 2018, e la prima di due navi Seaside Evo arricchite con spazi

Aperte le vendite della nuova unità che debutterà a giugno 2021 e navigherà nel Mediterraneo occidentale

pubblici più ampi e più cabine con il più alto rapporto di spazio esterno per ospite di qualsiasi nave della flotta della Compagnia.

“Ogni nave che costruiamo è diversa - spiega Gianni Onorato, CEO di MSC Crociere - MSC Seashore è un'evoluzione dell'innovativo prototipo Seaside, ma questa nave avveniristica ci ha permesso di migliorare ulteriormente la guest experience con l'introduzione di nuove caratteristiche e strutture, oltre ad alcuni miglioramenti rispetto a quelle già esistenti. Con una maggiore capacità e strutture ampliate, MSC Seashore offrirà agli ospiti tante opportunità per vivere ancora più da vicino il mare e godere delle bellezze del Mediterraneo quando la nave entrerà in servizio”.

Tra le principali innovazioni della nuova nave un magrodome (tetto scorrevole in vetro) ancora più grande, una lounge su due piani dotata di una grande

vetrata poppiera in grado di accogliere 600 passeggeri, un teatro ancora più capiente, un intero ponte aggiuntivo dedicato allo 'Yacht Club', un numero più elevato di piscine e alcune ricercatezze gastronomiche tra cui un ristorante con il 'sushi train'.

MSC Seashore sarà dotata di nuove cabine dall'innovativo design, per accogliere famiglie e anche gruppi. Anche le suite dell'MSC Yacht Club avranno un nuovo stile e avranno una cabina armadio all'interno. Oltre a questo, ci saranno altre due suite di lusso con vasca idromassaggio e altre 28 cabine a schiera con una propria area privata per prendere il sole.

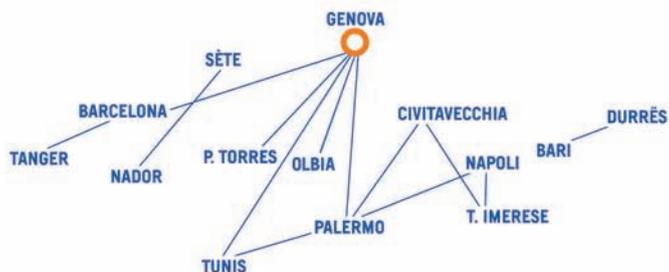
La nuova unità MSC Crociere sarà dotata delle migliori e più recenti tecnologie ambientali disponibili per ridurre l'impatto ambientale, tra cui: un sistema di depurazione dei gas di scarico per emissioni più pulite; un sistema avanzato di trattamento delle acque reflue; sistemi di riscaldamento intelligenti, ventilazione e condizionamento dell'aria (HVAC) per recuperare il calore dai locali macchine; illuminazione a LED e dispositivi intelligenti per risparmiare ener-



gia in modo significativo. Inoltre, la nave sarà dotata di un sistema di riduzione catalitica selettiva (SCR), che riduce l'ossido di azoto (NOx) in azoto innocuo (N2) e acqua. Tutto questo fa parte dell'impegno di MSC Crociere per offrire agli ospiti le migliori esperienze di vacanza in mare in modo sostenibile. MSC Seashore sarà affiancata da una seconda nave Seaside EVO che arriverà nell'autunno 2022 in costruzione anche essa presso Fincantieri.

PORTARE
MANGIARE
DORMIRE
GIOCARRE
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.



I Viaggi dell'Airone lancia il Capodanno alle Bahamas

Per I Viaggi dell'Airone è già Capodanno! Il tour operator ha infatti presentato a Milano l'offerta per le festività di fine anno nel corso di una serata a cui hanno partecipato 50 agenzie di viaggio top partner dell'area milanese. A loro, la product manager Carla de Negri ha anticipato la programmazione Capodanno che prevede numerose partenze da Milano e da altre destinazioni con prezzi garantiti e posti in allotment al miglior prezzo di mercato.

Protagonista della serata, ospitata in uno dei locali cool jazz di Milano, è stata The Bahamas, uno dei prodotti leader del tour operator partenopeo. A questa destinazione è stato dedicato uno dei quaderni di viaggio di I Viaggi dell'Airone, dove l'operatore racconta la propria esperienza sulla destinazione illustrando le opportunità che questo paradiso riserva ai suoi ospiti, a partire dai soggiorni da sogno in una delle strutture suggerite, pubblicate e contrattualizzate direttamente dall'operatore con plus dedicati e dove I Viaggi dell'Airone dà la possibilità di organizzare un matrimonio da sogno. Fra le tante emozioni da vivere, anche le nuotate con i famosi swimming pigs, i maialini che nuotano. L'ente del Turismo di Bahamas, rappresentato dal manager sales and marketing Mariagrazia Marino, ha reso

speciale la serata accompagnando gli ospiti in questo mondo paradisiaco. "Le Bahamas - ha spiegato - sono un prodotto particolare, diverso dalle altre isole dei Caraibi. Destinazione sicuramente da viaggio di nozze ma anche per famiglie. È un arcipelago che consente di vivere vacanze diverse in isole diverse. E poi riserva tante emozioni suggestive come le spiagge da sogno e le acque dalle 50 sfumature di turchese".

La serata ha riservato spazio anche all'estate 2019 con le offerte speciali con partenze garantite verso numerose destinazioni del tour operator partenopeo tra cui New York e le stesse Bahamas e tanto altro tutto pubblicato sul sito web di I Viaggi dell'Airone www.iviaggidellairone.com.

I Viaggi dell'Airone ha dedicato al mercato lombardo una serie di iniziative: attende per esempio i propri partner nel suo casale umbro di Parrano per un corso di cucina napoletana, una sfida divertente per creare una joint venture importante e sinergie con una filiera fondamentale in un mondo come quello del turismo dove l'esperienza, la professionalità e la passione sono le vere armi vincenti. La ricetta vincente che, come evidenziato da Carla de Negri, consente al tour operator di essere sul mercato con successo da ben 44 anni che che la product manager racconterà agli agenti di viaggio anche nei prossimi appuntamenti in programma nel centro sud.



Antonioli vicepresidente ETC

Nomina di prestigio per Enit. Magda Antonioli è stata eletta vicepresidente di Etc (l'European Travel Commission), responsabile della promozione dell'Europa come destinazione turistica, numero uno in tutto il mondo nei principali mercati dei visitatori. In questo modo Enit punta a fornire una corretta distribuzione delle risorse europee destinate al turismo e ad indirizzare la promozione verso performance della filiera ancora più mirate. Fondata nel 1948, la European Travel Commission è un'associazione unica nel settore dei viaggi, che rappresenta le Organizzazioni Nazionali del Turismo dei Paesi europei. La sua missione è rafforzare lo sviluppo sostenibile dell'Europa come destinazione turistica. Negli ultimi decenni, Etc si è posizionata in prima linea nel panorama turistico europeo, stabilendo le sue competenze e costruendo partnership in aree del turismo, basate sulla promozione, la market intelligence e la condivisione delle migliori



pratiche. "Enit con Etc accelera e corrobora l'affermazione dell'Italia turistica sui mercati extraeuropei. L'Agenzia Nazionale del Turismo è orgogliosa di creare una rete sempre più strutturata per la costruzione di un'industria del settore integrata e rivolta ad obiettivi comuni. È fondamentale il consolidamento delle risorse umane ed economiche ancora disomogenee per garantire investimenti mirati e un'offerta sempre più qualificata", ha commentato Magda Antonioli.

traghetti GDS

40 compagnie di navigazione

IL SISTEMA DI DISTRIBUZIONE GLOBALE DEI TRAGHETTI E DEGLI ALISCAFI

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

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



Registrati Subito su

www.traghettingds.it

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

HOTEL

Il Gruppo UNA investe nel MICE



Il Gruppo UNA annuncia nuovi investimenti nel settore MICE, che si conferma segmento strategico di crescita. Dopo l'ottimo contributo in termini di performance e servizio erogato al cliente registrato dall'ufficio MICE Milano-Varese, basato

presso UNAHOTELS Expo Fiera Milano e punto di riferimento per le due importanti città lombarde, Gruppo UNA ha inaugurato il nuovo ufficio di Bologna. Il capoluogo emiliano rappresenta la seconda piazza del Gruppo per numero di strutture, dove è presente con 4 hotel dedicati alla meeting industry dal potenziale rilevante. L'obiettivo è ancora una volta proporsi come

modello snello e agile nella gestione delle offerte per il segmento MICE e gruppi, rendendo sempre più efficace e tempestiva la risposta di Gruppo UNA.

Tra le strutture di punta per il mercato congressuale nell'area di Bologna spiccano UNAHOTELS Bologna San Vitale, con 156 camere e 7 sale con capacità fino a 130 partecipanti, e UNAWAY Congress Hotel Bologna San Lazzaro dotato di 152 camere e di un centro congressi indipendente, perfetta soluzione per grandi eventi, lanci di prodotto e mini fiere con una capienza potenziale di oltre 700 ospiti.

Nel mese di maggio Gruppo UNA ha inoltre attivato una nuova area di coordinamento MICE e Gruppi presso la sede centrale, volta a sviluppare e uniformare ulteriormente le politiche e le prassi di tutti i suoi hotel in gestione diretta, per offrire la massima soddisfazione al cliente nella complessa arena del mercato congressuale e gruppi.

Malta.
Oltre ogni racconto.

Vinci un Fam Trip!

Studiare non è mai stato così divertente!

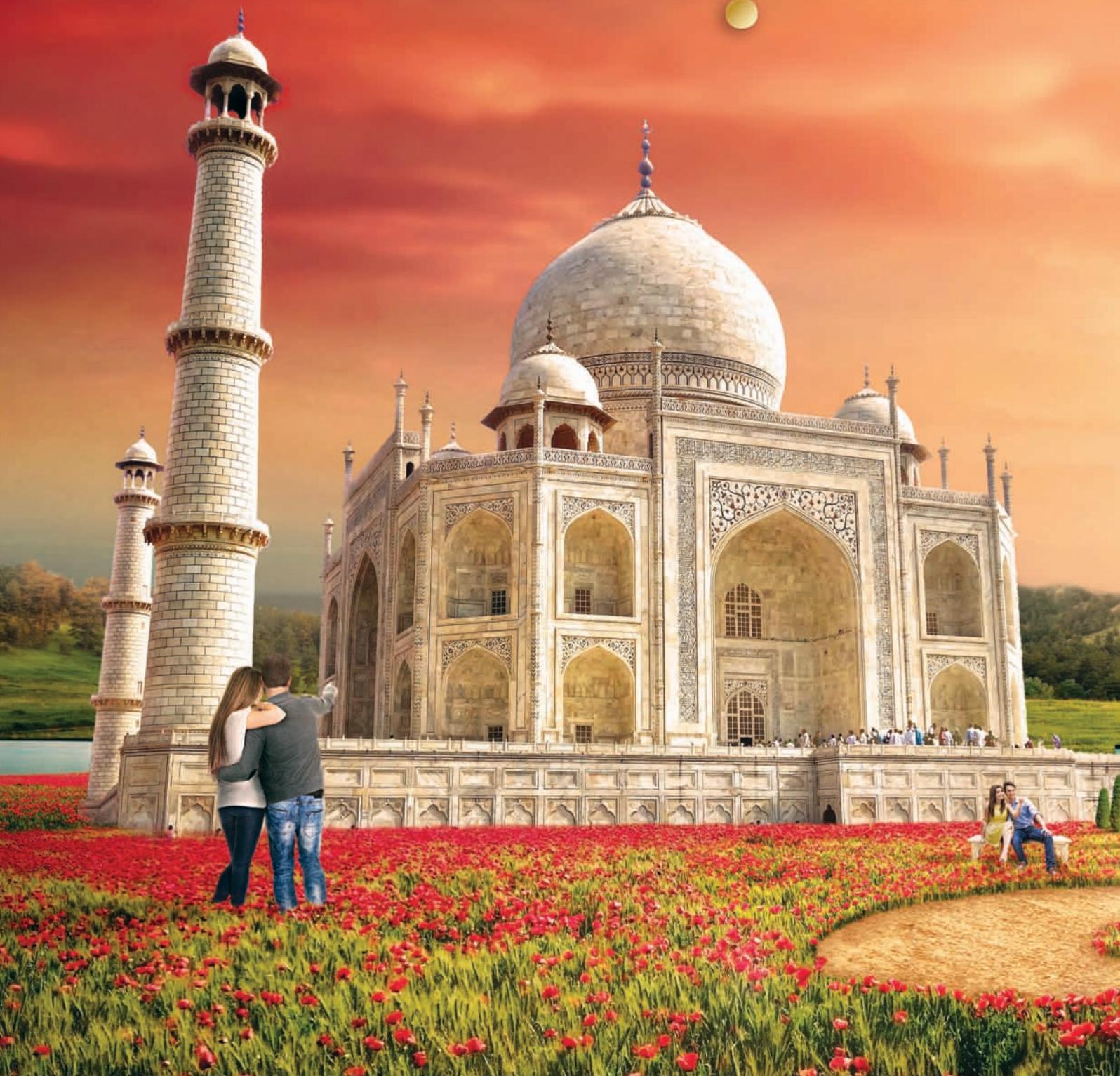
Guarda i video, mettili alla prova e vinci un Fam Trip

ISCRIVITI A
destinazione-malta.it


DESTINAZIONE MALTA
ACADEMY
OFFICIAL
Formazione per agenti di viaggio

 **Malta**
Gozo & Comino

Incredible India



Ufficio del turismo Indiano Baseler Str. 48

DE-60329 Francoforte sul Meno

Tel.: +49-69-24294915 - Fax: +49-69-24294977 - www.incredibleindia.org

Calano gli hotel, crescono i b&b ecco come rilanciare l'alberghiero



Gli hotel messi in scacco dall'espandersi dell'extralberghiero. A Roma prima di tutto, dove le presenze negli hotel sono quasi rimaste pressoché

Studio SPERI lancia 'The White Lobby', un concorso di idee per ripensare le lobby degli alberghi di Roma e creare spazi che i visitatori possano condividere con la comunità locale

invariate in cinque anni, con un lieve calo di 100 mila unità (da 26 milioni e 520 mila a 26 milioni e 420 mila), mentre sono cresciute a dismisura quelle dei B&B. Per questo è necessario ripensare la funzione degli hotel nelle grandi città italiane e per questo nasce *The White Lobby*, un'iniziativa promossa dalla società di ingegneria civile Studio SPERI con il patrocinio di Federberghi Roma, Facoltà di Architettura La Sapienza e OICE. L'obiettivo è quello di ripensare e ampliare la fruizione della struttura ricettiva a cominciare dalla hall, che deve trasformarsi da ufficio in salotto. Queste, infatti, già all'estero sono diventate un unico spazio polivalente e multifunzionale, potenzialmente aperto alla città. Naturalmente questa nuova concezione delle hall-lobby determina un ripensamento totale anche nell'intera organizzazione planimetrica dell'hotel, non solo per il tipo di servizi offerti, ma anche e soprattutto per le caratteristiche spaziali e degli elementi d'arredo.

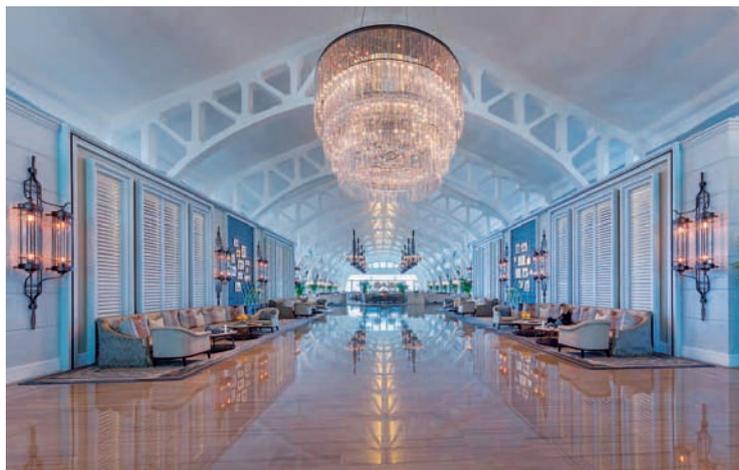
Per questo è stato indetto un bando riservato a studenti e giovani professionisti under 35 (le cui candidature si potranno presentare fino al 2 settembre



prossimo) che ha come obiettivo la trasmissione di un'idea diversa per le strutture ricettive, la promozione di un loro miglioramento e la loro trasformazione in luogo di incontro, specialmente in un contesto come quello della Capitale, che negli ultimi anni, nonostante la sua bellezza e le sue potenzialità, ha perso turisti e alberghi, con un aumento esponenziale del numero dei bed and breakfast. Gli alberghi, insomma, devono tornare a supportare e spingere il turismo e il primo passo deve essere quello di ringiovanire, proiettandole nel futuro, le aree comuni degli hotel.

Per avere un ordine di grandezza, tra il 2010 e il 2015 a Roma si sono registrate solo 57 strutture classiche in più, per un totale di 5 mila posti letto, con gli alberghi economici in netto calo, visto che se ne contano 64 in meno tra quelli a una e due stelle. Nello stesso quinquennio, le strutture ricettive 'sostitutive' a livello nazionale sono passate dalle 2.141 unità del 2010 alle 176.870 del 2015 e ben 18.546 insistono proprio su Roma e sul centro storico. Di questi, secondo un report della Guardia di Finanza, circa il 50% risulta essere abusivo e con una perdita di incassi rispetto alla tassa di soggiorno che si aggira ogni anno tra i 30 e i 40 milioni.

Il progetto dello Studio Speri ha uno dei suoi perni nell'inclusione di tutti i protocolli di progettazione green building, a cominciare dal **Leed** (*Leadership in Energy and Environmental Design*), nato negli Stati Uniti nel



1993 e approvato in Italia nel 2009 grazie all'impegno di GBC Italia, che ha allineato gli standard internazionali sia al nostro sistema normativo sia alle caratteristiche costruttive della nostra edilizia. L'aspetto più rilevante di questo protocollo è che l'Arch. Francesco Lupoi, promotore del concorso *The White Lobby*, sottolinea è che "sostenibilità e conservazione storica posano, anzi, debbano andare a braccetto".

Della giuria faranno parte Francesco Lupoi, Architetto LEED AP e direttore del dipartimento di Architettura di Studio SPERI, L4; il Presidente GAR Federalberghi Roma, Alessandro Zucconi; il giornalista di Repubblica Eugenio Occorsio. Saranno affiancati da Andrea Di Leo, co-founder dello studio Legal Team, e contribuirà con un suo giudizio tecnico anche Francesco Badeschi, Architetto e Docente di Progettazione Architettonica e attuale Segretario del Chapter Lazio di GBC Italia.

Ospitalità a contatto con la città

Da esclusivo a inclusivo, da spazio separato rispetto al contesto urbano a vero e proprio ambasciatore della città in cui è inserito: l'albergo cambia assieme all'idea di ospitalità e di turismo, sempre più legato alle esperienze possibili in un territorio.

Il contrordine è ben spiegato da Alessandro Zucconi, presidente dei Giovani di Federalberghi Roma:

"Come riferiscono i dati Istat, l'anno scorso soltanto il 15% dei turisti è giunto a Roma per i suoi monumenti.

Ormai i visitatori cercano eventi, che non sono soltanto momenti d'intrattenimento, ma anche di autentica vita locale utile a farli sentire parte integrante della realtà che li accoglie. La desertificazione del centro storico - spiega Zucconi - certo non aiuta, visto che per il 70% è ormai struttura ricettiva e ha perso l'apporto dei suoi abitanti che lo rendevano vivo. Penso agli artigiani, solo per fare un esempio. A Roma l'offerta supera la domanda, anche per la concorrenza dei B&B che spesso non rispettano gli obblighi cui sono invece regolarmente sottoposti gli alberghi. Il risultato è che si rincorrono i prezzi, ormai ridicoli, e che la città perde appeal". Per questo Federalberghi Roma ha patrocinato con la Facoltà di Architettura dell'Università 'La Sapienza' e Oice, associazione che rappresenta le organizzazioni italiane di ingegneria, architettura e consulenza tecnico-economica, l'iniziativa 'The White Lobby'. "Roma è scelta perché costa poco, ma mette una distanza tra sé e i turisti - ribadisce Zucconi - Un'altra organizzazione degli spazi alberghieri pronti ad accogliere eventi, quali corsi di cucina o di yoga, significherebbe vendere la città, farsene ambasciatori in un concetto più contemporaneo di ospitalità alberghiera, aggiungendovi nuove fonti di reddito per contrastare quello sempre più basso proveniente dalla vendita delle camere. L'albergo deve essere pensato tanto per le esigenze di turismo esperienziale degli ospiti, quanto come parte dell'identità cittadina". L'auspicio, dunque, è che 'The White Lobby' parta da Roma per varcare presto, grazie alla sua spinta innovativa, i confini del Lazio.

Valentina Maresca

flydubai apre la Napoli-Dubai



Anche Napoli ora è collegata con i Paesi del Golfo. La compagnia aerea flydubai ha inaugurato infatti il suo volo per il capoluogo campano, diventando il primo vettore degli Emirati Arabi Uniti a offrire voli diretti da Dubai. Con cinque voli a settimana, Napoli diventa la seconda destinazione di flydubai in Italia dopo l'inaugurazione dei voli per Catania, in Sicilia, l'anno scorso.

“Siamo felici di essere arrivati a Napoli, la seconda destinazione inaugurata in Italia nel corso dell'ultimo anno - ha dichiarato Jeyhun Efendi, Senior Vice President Commercial Operations e E-commerce di flydubai - È un ulteriore esempio dell'impegno decennale di flydubai nel puntare su mercati non ancora serviti e offrire l'opportunità di beneficiare dei voli diretti per Dubai e per altre destinazioni del nostro network. Attendiamo con impazienza le opportunità che questa nuova rotta porterà per il commercio e il turismo”.

I passeggeri flydubai in Business Class potranno usufruire di un comodo sedile spazioso, una scelta di pasti da un menu di ispirazione internazionale, una generosa franchigia bagaglio e una corsia preferenziale per i controlli di sicurezza. Inoltre, è incluso l'accesso gratuito al sistema di intrattenimento a bordo

(IFE), con oltre 1.000 ore di intrattenimento su touchscreen HD. I passeggeri in Economy possono volare su comodi sedili RECARO, con la possibilità di acquistare un posto più spazioso, avere degli snack oppure preordinare pasti caldi prima del volo e avere ac-

cesso al sistema di intrattenimento a bordo.

Emirates opererà in codeshare su questa tratta e per le prenotazioni, in Business ed in Economy, effettuate sui voli in codeshare, i passeggeri avranno diritto al servizio di bordo e alla franchigia bagaglio previsti dalla tariffa di Emirates.

“Attraverso la nostra partnership di codeshare, i clienti Emirates provenienti dal nostro network globale, in particolare da mercati chiave come Australia, Giappone e Cina, potranno raggiungere Napoli più facilmente, mentre i viaggiatori in partenza da Napoli possono connettersi da un volo flydubai a un volo Emirates nel nostro hub di Dubai verso destinazioni ambite come Thailandia, Australia, Egitto e Cina” ha dichiarato Thierry Aucoc, Senior Vice President Commercial Operations Europa, Federazione Russa e America Latina di Emirates.

Emirates e flydubai hanno stretto un accordo di codeshare nell'ottobre 2017, offrendo ai passeggeri una serie di vantaggi, tra cui alcune tratte in codeshare verso 84 destinazioni. Entrambe le compagnie aeree continueranno a offrire esperienze di viaggio che riflettono ognuna il proprio brand, mentre i passeggeri godranno di frequenze di volo maggiori, più flessibilità nelle opzioni di volo e accesso a un network globale sempre più esteso. Il codeshare offre inoltre ai passeggeri la comodità di viaggiare con un unico biglietto, di gestire il proprio bagaglio da punto a punto senza interruzioni, l'integrazione dei punti al programma frequent flyer Skywards e il trasferimento durante il transito a Dubai.

“Con il volo flydubai per Dubai apriamo una porta verso gli Emirati e verso l'Oriente, e anche destinazioni come l'Australia e la Thailandia, fino a ieri poco accessibili da Napoli, saranno raggiungibili con un solo scalo. - ha spiegato Roberto Barbieri, Amministratore Delegato Gesac Spa in occasione della presentazione del volo - Tutti i voli flydubai sono in codeshare con Emirates e dall'Hub emiratino sarà possibile proseguire verso numerose destinazioni nel mondo. A poche settimane dall'apertura del collegamento con il Nord America, ora la Campania si avvicina all'Oriente e sia gli scambi commerciali che i viaggi in luoghi esotici saranno facilitati. I flussi turistici incoming dall'Asia e dall'Australia saranno agevolati e l'economia del turismo locale potrà beneficiare di un'ulteriore crescita qualitativa”.

Primo collegamento verso il Golfo dal capoluogo campano e seconda destinazione in Italia per la compagnia emiratina

Nuova piattaforma b2b per AZ

Alitalia lancia la nuova Community *Alitalia Connect*, la piattaforma disegnata per garantire una relazione personalizzata con i clienti B2B fra compagnia aerea, agenzie di viaggio, aziende e PMI. La nuova piattaforma digitale nasce per agevolare e velocizzare il rapporto con i clienti B2B, creando un accesso privilegiato a servizi e contenuti dedicati, che integreranno e rafforzeranno la proposta commerciale. Tutto questo per creare valore e crescita del business a vantaggio di tutti i partner. *Alitalia Connect*, attiva da luglio, sarà una novità assoluta per le aziende, sostituirà l'attuale portale AZ Trade - agents.alitalia.com - dedicato alle Agenzie di viaggio, e integrerà l'attuale portale PMI. La Community rientra nel processo di *Commercial Transformation Journey* di Alitalia, frutto di una visione congiunta tra Business e IT, nata grazie alla collaborazione con Salesforce, leader globale nel Customer Relationship Management (CRM) che ha introdotto in azienda

soluzioni innovative. Con la nuova piattaforma, Alitalia e i suoi partner saranno ora in grado di lavorare insieme in modo semplice e rapido, servendo le aziende e i clienti con maggiore efficacia. "Negli ultimi 18 mesi, abbiamo lavorato per riposizionare Alitalia nei segmenti di mercato a valore aggiunto. Punti centrali di questa strategia sono l'attenzione al mercato Corporate, un programma di sviluppo della clientela PMI e la centralità del Trade. Questa strategia di rilancio sta portando ottimi risultati di crescita di fatturato in questi mesi", ha dichiarato Fabio Maria Lazzerini, Chief Business Officer di Alitalia. "Alla base della relazione con i nostri clienti corporate e con il trade, ci sono la fiducia, la conoscenza e i servizi a loro dedicati. Lanciando Alitalia Connect - ha concluso il manager - vogliamo collegare tutti i punti di contatto e di relazione in una visione più ampia di *sharing experience* per creare uno spazio comune in cui generare valore insieme e continuare a crescere".

EXPLORE THAILAND AND BEYOND
WITH
SKYTRAX WORLD'S BEST REGIONAL AIRLINE

4 Year Winner of
WORLD'S BEST REGIONAL AIRLINE & BEST REGIONAL AIRLINE IN ASIA
2014 / 2016 / 2017 / 2018

Bangkok Airways Airport
— Present Route
- - - - Future Route*

Collect Your Magic Moments

SPAZIO
general sales agent

Rappresentante per l'Italia Spazio GSA
Tel. 06.4985616
bangkokair@spazio.aero

Bangkok Airways
ASIA'S BOUTIQUE AIRLINE

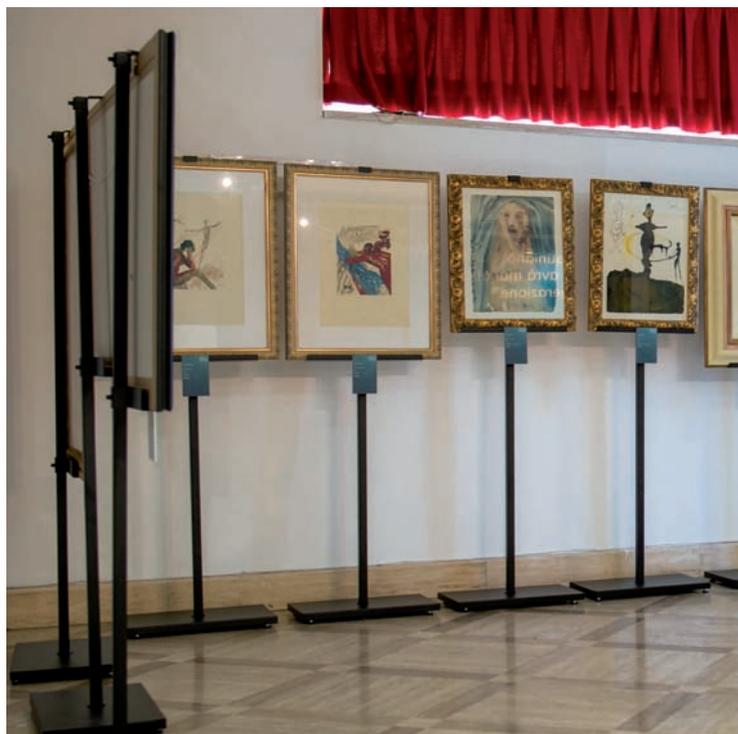
Dalì all'hotel La Residenza di Capri

L'arte sposa il turismo all'hotel La Residenza di Capri che ospita fino a metà settembre la mostra *Dalì a Capri - L'eleganza del Surrealismo* organizzata da Dalì Universe con la collaborazione dell'Istituto di Cultura Meridionale. L'esposizione, che si avvale del patrocinio delle amministrazioni comunali di Capri ed Anacapri, sotto la direzione artistica di Roberto Pantè. È stata ideata e curata da Beniamino Levi, esperto d'arte e collezionista italiano di rilievo internazionale che ha lavorato con Dalì negli anni '60. Oltre 100 le opere presenti negli spazi della struttura ricettiva mentre altre opere monumentali sono state esposte sull'isola: è il caso di *La donna in fiamme* al Porto di Marina Grande, *L'elefante spaziale* e *L'angelo del trionfo* nel Relais dell'Hotel La Palma che affaccia su via Quisisana mentre ad Anacapri c'è *Il piano surrealista* in piazza La Torre. *Dalì a Capri - L'eleganza del Surrealismo* è una mostra che mette in risalto gli aspetti artistici meno universalmente noti del principale esponente della corrente surrealista.

"Salvador Dalì, infatti, conosciuto dal grande pubblico come sublime pittore, è stato un artista poliedrico e dagli infiniti interessi - ha raccontato il direttore artistico Roberto Pantè nel corso dell'inaugurazione - Egli non si limitò solo alla produzione di quadri o di opere d'arte bidimensionali ma anche di opere in vetro-cristallo, mobili, gioielli e soprattutto sculture in bronzo: la sua arte scaturiva da qualsiasi strumento avesse a disposizione. E sono proprio le opere tridimensionali a dare anima alla esposizione caprese".

Per tutta l'estate in mostra più di cento opere dell'artista catalano; alcune opere monumentali posizionate nei principali siti dell'isola

"La mostra - ha spiegato ancora Pantè - è un percorso espositivo che si snoda attraverso l'isola di Capri, accompagnando il visitatore in un viaggio capace di coniugare bellezze naturali, eleganza e arte surrealista. Due opere monumentali sono infatti esposte al Porto Turistico, e a Piazza La Torre ad Anaca-



pri. Il focus principale della mostra, con sculture, multipli, grafiche arredi e sculture gioiello è allestito presso l'Hotel La Residenza, un'altra scultura è installata presso l'Hotel Le Palme".

Nella galleria realizzata nella sala espositiva dell'Hotel La Residenza, gli amanti dell'arte potranno ammirare sculture, grafiche e gioielli realizzati da Salvador Dalì nel corso di una attività segnata dai di-



Roberto Pantè

versi periodi che l'hanno attraversata. In questa occasione, la mostra mette sotto i riflettori l'anima surrealista dell'artista nella versione forse più inedita. Sul territorio caprese invece, per i prossimi tre mesi le sculture del Maestro catalano daranno il benvenuto ai turisti ed agli ospiti che sbarcheranno sull'isola per i numerosi eventi in programma nel corso dell'estate con allestimenti in luoghi simbolo, come il Porto Turistico a Capri e piazza La Torre ad Anacapri.

adp



Dalí Universe

Il Dalí Universe è una società specializzata in Salvador Dalí e gestisce una delle più grandi collezioni. L'organizzazione è diretta da Beniamino Levi, mercante d'arte e collezionista italiano che ha lavorato con Dalí negli anni '60. Beniamino Levi era affascinato dall'abilità di Dalí nell'utilizzare mezzi diversi per esprimere la sua arte e ha dedicato tutta la vita a collezionare opere di Dalí, concentrandosi sulle creazioni tridimensionali. L'attuale collezione Dalí Universe è infatti il risultato di anni di dedizione e impegno da parte di Levi, che iniziò a collezionare Dalí quando aprì la Galleria Levi a Milano nel 1955. La Collezione Dalí Universe presenta la più ampia raccolta di sculture in bronzo, mobili surrealisti, oggetti in oro, sculture in vetro, grafiche autografe, gouache e molte altre opere d'arte di Salvador Dalí. Questa collezione unica, assemblata con passione negli ultimi 40 anni, parla da sé: si tratta infatti di una delle più importanti collezioni al mondo di sculture e opere tridimensionali di Dalí.

Roberto Pantè

È lo storico fondatore dell'azienda Phantasya e direttore creativo della mostra. *Dalí a Capri. L'eleganza del Surrealismo* è per lui il suggello di una carriera quasi trentennale che lo ha visto pioniere in Italia della tecnologia in 3D e realtà virtuale in anni in cui tali produzioni sembravano più confinanti con la fantascienza che con il quotidiano, e definitiva consacrazione internazionale di un percorso professionale sempre indirizzato all'innovazione tecnologica. Negli ultimi anni ha assunto la direzione artistica di grandi eventi internazionali come la Mostra di Leonardo da Vinci, *Il volto di un genio* presso il Museo Civico di Puebla in Messico, della mostra di Caravaggio *Ipogeo di Siracusa*. Inoltre segue come direttore Artistico per la Dalí Universe tutte le iniziative nazionali ed internazionali da Praga a Parigi, Minsk, Berlino e Mosca. È docente di computer grafica applicata alla conservazione di beni storico artistici, al master post universitario di alta formazione in rilievo digitale no-contact e tecniche di image processing.

Titolo Salvador Dalí - L'eleganza del surrealismo

Organizzazione Dalí Universe

Curatore Beniamino Levi

Direttore artistico Roberto Pantè

Luogo Hotel La Residenza - Capri

Periodo 28 giugno - 15 settembre 2019

Apertura ore 10.30- 22.00

Ingresso 6 € singolo, 4 € gruppi min 10 pax

Workshop Accademia Internazionale

Dora Cantella, Presidentessa dell'Associazione Workshop & Musica, organizza da diversi anni workshop musicali internazionali in Francia ed in Italia. Pianista napoletana, laureata in musicologia al Dams di Bologna, perfezionatasi al Conservatorio di Praga ed attualmente professore titolare della cattedra di pianoforte del Conservatorio di Meudon in Francia. In collaborazione con il consolato francese, ha creato il **Workshop Internazionale di musica da camera a Napoli**, di cui è la direttrice artistica. Insegna in Italia ai corsi estivi di alto perfezionamento dell'Accademia

La musica da camera protagonista nella Penisola Sorrentina dal 14 al 21 luglio

Musica e Natura a Castelluccio. Il corso dell'Accademia Internazionale di Musica da Camera della Penisola Sorrentina registra quest'anno oltre **60 iscritti** di tutte le età, provenienti da tutta Europa e per la prima volta saranno presenti contingenti di musicisti di altri continenti: Cina e Stati Uniti. I partecipanti sono spesso accompagnati da partner e familiari, che risiederanno

stabilmente per una settimana a Castellammare di Stabia. Numerosi i partners locali che si attivano per agevolare la buona riuscita di questa importante iniziativa: i pianoforti sono forniti e trasportati da Giovanni Nunneri, **I Dolci Viaggi** di Napoli si occupa dell'aspetto turistico dell'evento e l'**Hotel Vesuvian Inn** di Castellammare alloggia l'intero gruppo.

L'Associazione, senza scopo di lucro, ha lo scopo di far incontrare ed interagire musicisti di tutto il mondo ed ha scelto la Penisola Sorrentina per la grande capacità di accoglienza sin dagli albori del Grand Tour. Questa quarta edizione ha un fitto programma di studio, intervallato da splendidi concerti che si terranno tra Castellammare e la Cattedrale di Vico Equense, sede delle tre precedenti edizioni. Molto atteso il concerto di chiusura degli allievi che si terrà alle 18.00 di venerdì 19 luglio sulla splendida terrazza dell'**Hotel Elisabetta di Castellammare**. Non mancheranno numerose escursioni che permetteranno ai musicisti di venire a contatto con l'inestimabile bellezza del territorio.

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 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

 A member of IFABC
International Federation of Audit Bureaus of Circulations

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

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



& **amadeus**

MANTENERE L'ACCREDITAMENTO  IATA
NON CONVIENE PIÙ? LASCIALO E VIENI CON NOI!

A photograph of three call center agents in a professional setting. In the foreground, a young woman with blonde hair and blue eyes is smiling warmly at the camera. She is wearing a black headset with a microphone. Behind her, a man and another woman are visible, also wearing headsets and looking towards the camera with slight smiles. The background is a bright, out-of-focus office environment.

**PENSA
SOLO
A SERVIRE
BENE
I TUOI
CLIENTI!**

Risolviamo con capacità professionale e competenza ogni tua esigenza trovando la soluzione su misura adattate a te grazie a:

- ✓ AMADEUS / biglietteria aerea
- ✓ Nessuna FEE per l'emissione della biglietteria con Amadeus
- ✓ Emissione del biglietto elettronico con invio per e-mail
- ✓ Tariffe negoziate
- ✓ Incentivazioni sui segmenti biglietteria

RICHIEDI MAGGIORI INFORMAZIONI Tel. 081 413737 interno 1
www.airontour.com

SuperOfferta



Prenota la sosta per la tua settimana di vacanza



3 GIORNI TE LI REGALIAMO NOI

(PAGHI 4 - OMAGGIO 3) - Offerta valida dal 1 Giugno al 30 Settembre 2019 **AFFRETTATI**

PARCHEGGIO QUICK AEROPORTO BARI Low Cost

Strada del Baraccone, 2 - Bari



quick
no problem parking

Infoline +39 080 2460360 • H24 +39 081 19130191
bari.aeroporto@quickparking.it • quickparking.it